



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

**MÁRCIO RENAN CORREA RABELO**

**CULTURA PARTICIPATIVA E PRESERVAÇÃO DA  
MEMÓRIA CULTURAL ATRAVÉS DA INTERNET: O CASO  
DO CANTOR JOSÉ AUGUSTO “SERGIPANO”**

**São Cristóvão  
2017/1**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

**MÁRCIO RENAN CORREA RABELO**

**CULTURA PARTICIPATIVA E PRESERVAÇÃO DA  
MEMÓRIA CULTURAL ATRAVÉS DA INTERNET: O CASO  
DO CANTOR JOSÉ AUGUSTO “SERGIPANO”**

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM/UFS, realizado sob a orientação da Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Lilian Cristina Monteiro França.

**São Cristóvão  
2017/1**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

R114c Rabelo, Márcio Renan Correa.  
Cultura participativa e preservação da memória cultural através da internet: o caso do cantor José Augusto "sergipano" / Márcio Renan Correa Rabelo ; orientador Lilian Cristina Monteiro França. – São Cristóvão, 2017.  
125 f. : il.

Dissertação (mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Sergipe, 2017.

1. Internet. 2. Indústria da música. 3. José Augusto Sergipano. I. França, Lilian Cristina Monteiro, orient. II. Título.

CDU: 659.3



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM

**PPGcom**  
Programa de Pós-graduação  
Universidade Federal de Sergipe

**ATA DE SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO  
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO UFS**

**Título do trabalho:** CULTURA PARTICIPATIVA E PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA CULTURAL ATRAVÉS DA INTERNET: O CASO DO CANTOR JOSÉ AUGUSTO "SERGIPANO".

**Aluno:** MÁRCIO RENAN CORREA RABELO

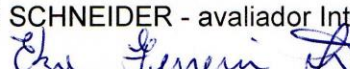
**Data da defesa:** 05/07/2017

Às 14h00 (quatorze) horas do dia 05 do mês de julho de 2017, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe realizou a Defesa da Dissertação do discente MÁRCIO RENAN CORREA RABELO denominada CULTURA PARTICIPATIVA E PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA CULTURAL ATRAVÉS DA INTERNET: O CASO DO CANTOR JOSÉ AUGUSTO "SERGIPANO", conforme o que estabelece a Resolução 60/2014/CONEPE/UFS, que regula o funcionamento do PPGCOM/UFS. A banca examinadora foi composta pelos professores doutores LILIAN CRISTINA MONTEIRO FRANCA - orientadora (PPGCOM-UFS), GREICE SCHNEIDER - avaliadora Interna (PPGCOM-UFS) e ELZA FERREIRA SANTOS - avaliadora Externa (IFS-SE). A sessão solene de Defesa ocorreu no auditório do DCOS. Após o discente proceder à apresentação da dissertação, a banca fez os questionamentos e comentários referentes ao trabalho, os quais foram respondidos pelo discente. Ao final, a banca reuniu-se reservadamente e considerou o discente MÁRCIO RENAN CORREA RABELO APROVADO no Curso de Mestrado em Comunicação da UFS com o conceito A.

Cidade Universitária, "Prof. José Aloísio de Campos", 05 de julho de 2017

  
LILIAN CRISTINA MONTEIRO FRANCA - orientadora (PPGCOM-UFS)

  
GREICE SCHNEIDER - avaliador Interno (PPGCOM-UFS)

  
ELZA FERREIRA SANTOS - avaliadora Externa (IFS-SE)

Mestrado em Comunicação Social:

Prédio do DCOS, andar superior - Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos  
Av. Marechal Rondon, S/N - CEP 49.100-000 - Rosa Elze - São Cristóvão - Sergipe - Brasil  
Telefones: (79) 2105-6390 - E-mail: [mestradoemcomunicacao.ufs@gmail.com](mailto:mestradoemcomunicacao.ufs@gmail.com)

*“Talvez não tenha conseguido fazer o melhor, mas  
lutei para que o melhor fosse feito”.*

*(Marthin Luther King)*

Dedico este trabalho à minha família, especialmente ao meu tio José Augusto (*in memoriam*) e à minha mãe, Cleide, meu maior exemplo de vida e referência como ser humano.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos que me incentivaram e me apoiaram de alguma forma, não só durante esse período do mestrado, mas por toda a trajetória acadêmica e de vida. Em especial quero agradecer e falo não só por mim, mas, com certeza, também por todos os discentes que tiveram a sorte e a honra de ter a professora Lilian como orientadora, tendo um papel fundamental nessa conquista, que vai desde o incentivo que fora me dado ainda quando era aluno especial (disciplina isolada), até a conclusão de todas essas etapas da pesquisa, participando generosamente, e demonstrando assim, não somente o dom de ensinar e transmitir seus conhecimentos, como também, de entender e compreender as limitações, e diante disso, incentivar ainda mais a transposição de cada barreira, dando um sentido a mais para a palavra orientação. Obrigado por ter aceitado esse desafio, por toda atenção despendida nesse processo.

Agradeço também à minha família pelo apoio e por muitas vezes compreender esse momento de abdicação de algumas coisas, mas por uma boa causa. Também aos colegas e professores de curso no PPGCOM/UFS, sem esquecer aqueles que compõem a banca pelas contribuições desde a qualificação e também ao Danilo (secretário do PPGCOM) por todo suporte prestado desde o período de matrícula até a conclusão do curso.

Ainda em relação ao curso, devo agradecer também à Capes – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – pelo suporte financeiro a esta pesquisa. E, por último, mas não menos importante, a todas as pessoas que contribuíram para que fosse possível a realização da mesma. Saibam que sou muito grato por ter tido a oportunidade de cursar o Mestrado, principalmente pelo amadurecimento que me proporcionou e por me fazer valorizar ainda mais cada conquista, cada barreira ultrapassada, além disso, demonstrou, que apesar de o caminho parecer ser longo e difícil, e de fato é mesmo, porém, é possível realizar seus sonhos, bastando querer e dedicar-se.

## RESUMO

A presente dissertação tem por objetivo analisar as possibilidades de preservação da memória cultural através da internet, estudando o caso do cantor José Augusto “Sergipano”. O artista fez sucesso no cenário nacional e internacional durante as décadas de 1960 e 1970, tendo gravado pela *Chantecler*, uma das mais importantes gravadoras do Brasil à época, 19 LPs e 10 compactos (*singles*), além de realizar mais de quinhentos shows. Após sua morte, em um acidente de carro em 1981, a trajetória do cantor foi perdendo destaque, transformando o antes ídolo em “ilustre desconhecido”. Para o estudo de caso, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: abordar a música como um produto cultural; relacionar a biografia do cantor José Augusto “Sergipano” com a evolução dos meios de comunicação, em especial o rádio e a televisão; discutir o papel da gravadora *Chantecler* na divulgação da música popular brasileira, sobretudo da chamada música romântica; conceituar memória cultural e analisar o uso da internet como plataforma de preservação da memória cultural. A pesquisa articula-se em torno das seguintes perguntas: A internet pode ser utilizada como plataforma de preservação da memória cultural? As redes sociais, através de suas *fanpages*, podem contribuir para a preservação da memória cultural? Como a indústria da música vem tratando a distribuição de produtos culturais digitais? A presença nas redes tornou-se indispensável para a preservação da memória de trajetórias artísticas com as mudanças na indústria da música? Os pressupostos metodológicos fundamentam-se na revisão da literatura e nos princípios da netnografia. A revisão foi pautada nas obras de pesquisadores das áreas de cultura, música, memória, convergência e redes sociais (ADORNO e HORKHEIMER, 1982; BENJAMIN 1994; LOTMAN, 1979; VICENTE, 2010; HALBWACHS, 2006; ASSMANN, A., 2008, 2011, 2011b; ASSMANN, Jan. 2005, 2008b; ASSMANN e CZAPLICKA, 1995; JENKINS 1992; 2006<sup>a</sup>, 2006<sup>b</sup> e 2008; AMARAL, 2007; AMARAL, RECUERO E MONTARDO, 2009 e RECUERO, 2009). A netnografia, tomada na acepção de Kozinets (1997), estruturou-se em quatro fases: *Entrée* cultural; Coleta e análise de dados; Ética de pesquisa; *Feedback* e checagem de informações. A *entrée* cultural, que representa o primeiro contato com o campo, teve como instrumentos centrais a construção de um *site* e de uma *fanpage* sobre o cantor analisado, que foram acompanhados por cerca de seis meses antes do início da coleta de dados. A seguir iniciaram-se três fases de coletas sobrepostas: questionários *online* através da plataforma *SurveyMonkey*, *sites*, *blogs* e YouTube. Os princípios de ética de pesquisa, *feedback* e checagem de informações foram estritamente observados. Os dados indicam que a memória cultural do cantor José Augusto “Sergipano” tem encontrado na internet um importante aliado no sentido de sua preservação, assegurada, sobretudo, pela ação de fãs ou não que agem no âmbito de uma cultura participativa.

**Palavras Chave:** Memória Cultural. Internet. Cultura Participativa. Indústria da Música. José Augusto “Sergipano”.



## ABSTRACT

The dissertation under consideration aims to analyze the possibilities of preserving cultural memoir through the internet, studying the case of José Augusto “Sergipano”, a singer, who was nationally and internationally famous during the 1960s and 1970s. This artist recorded for Chantecler, one of the most important recording companies in Brazil at the time, 19 LPs and 10 compact singles, in addition to performing more than five hundred shows. After his death, in a car accident in 1981, his trajectory began to lose prominence, transforming the former idol into an “honourable strange”. The following specific objectives were established for this study: to discuss music as a cultural product; to relate the biography of singer José Augusto “Sergipano” with the evolution of the media, especially radio and television; to debate the role of Chantecler label in the dissemination of Brazilian popular music, especially the so-called romantic music; to conceptualize cultural memoir and to analyze the use of the internet as a platform for the preservation of cultural memoir. The research is articulated around the following questions: Can the internet be used as a platform for preserving cultural memoir? Can social networks, through their fanpages, contribute to the preservation of cultural memoir? How has the music industry been handling the distribution of digital cultural products? Have the changes in the music industry made it indispensable for artists to be present in the networks in order to preserve their trajectories memories? The methodological assumptions are based on literature review and the principles of netnography. The review was based on the works of researchers in the areas of culture, music, memory, convergence and social networks (...). In this paper, we present a review of the literature on the use of the Internet and netnography, taken here as proposed by Kozinets (1997), which was structured in four phases: cultural Entrée; data collection and analysis; research ethics; feedback and checking of information. The cultural entrée, which represents the first contact with the field, had as its central instruments the construction of a website and a fanpage about the singer, which were followed up for about six months before the beginning of the data collection. The following three phases of overlapping collections have taken place: online questionnaire through the SurveyMonkey platform, sites and blogs, and YouTube. The ethics of research, feedback and information checking were strictly observed. The data indicate that the cultural memoir of the singer José Augusto “Sergipano” has found in the Internet an important ally, mainly through the action of fans or not who act within the scope of a participatory culture.

**Keywords:** Cultural Memory. Internet. Participative Culture. Music industry. José Augusto “Sergipano”.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Propaganda de jornal do Programa “Pedindo Bis” de Enzo de Almeida Passos.....	27
Figura 2 – José Augusto “Sergipano” preparando as cartas para os programas musicais.....	30
Figura 3 - Carta de resposta ao José Augusto “Sergipano” assinada pela Bibi Ferreira .....	31
Figura 4 – Convite ao José Augusto “Sergipano” para comparecimento na Televisão Excelsior S. A. em resposta a sua carta endereçada a sra. Bibi Ferreira .....	31
Figura 5 – Propaganda do Programa - <i>Nestle em Brasil</i> - na TV Excelsior com. Bibi Ferreira .....	31
Figura 6 – Matéria sobre José Augusto “Sergipano” na <i>Revista do Rádio</i> (edição nº 685 de novembro de 1962).....	32
Figura 7 - Reportagem sobre o José Augusto “Sergipano” na <i>Revista do Rádio</i> (ed. 700, de fevereiro de 1963) com os "brotos", as novas revelações, de São Paulo.....	33
Figura 8 - Propaganda de lançamento do primeiro LP: <i>JA (José Augusto) um Novo Ídolo</i> na <i>Revista do Rádio</i> .....	34
Figura 9 - Capa da <i>Revista do Rádio</i> (edição nº 773, 1965).....	35
Figura 10 - <i>Revista do Rádio</i> (edição nº 780, 1965) com matéria sobre a música <i>Beijo Gelado</i> entre as dez mais tocadas no Rio de Janeiro e em São Paulo .....	36
Figura 11 - <i>Revista do Rádio</i> (edição nº 882, 1965) matéria sobre a música <i>Sombras</i> entre as dez mais tocadas no Rio de Janeiro e em São Paulo .....	37
Figura 12 - <i>Revista do Rádio</i> (edição nº 886, 1965) matéria sobre a música <i>Sombras</i> entre as dez mais tocadas no Rio de Janeiro e em São Paulo .....	37
Figura 13 - LP <i>Êxitos Del Brasil</i> , lançado em 1966.....	38
Figura 14 - registro de aeroporto em Turnê, na América Latina 1965 .....	38
Figura 15 - Logotipo da Gravadora <i>Chantecler</i> .....	41
Figura 16 - Fãs da página <i>Cifras</i> no Facebook.....	59
Figura 17 - Referências ao termo José Augusto “Sergipano” no Google .....	65
Figura 18 - <i>Print Screen</i> do site do cantor José Augusto “Sergipano”.....	68
Figura 19 – <i>Print Screen</i> da tela de resultados da pesquisa a partir de foto de LP de José Augusto “Sergipano” através da ferramenta Google Imagens .....	69
Figura 20 – <i>Print Screen</i> do menu do site de José Augusto “Sergipano” .....	69
Figura 21 – <i>Print Screen</i> do rodapé do site de José Augusto “Sergipano” .....	70
Figura 22 - <i>Print Screen</i> do menu de músicas para ouvir do site de José Augusto “Sergipano” .....	70
Figura 23 – <i>Print Screen</i> da primeira página de fotos do site de José Augusto “Sergipano” ..	71
Figura 24 – Medição do <i>Market Share</i> das principais ferramentas <i>Open Source CMS</i> .....	72
Figura 25 – Medição do número de internautas que acessaram o site no período de 19/03/2016 a 01/03/2017 com a ferramenta <i>Google Analytics</i> .....	73
Figura 26 - Medição do número de sessões; quantidade de internautas; de visualizações de páginas e porcentagem de novos visitantes e de retorno de visitantes do site no período de 19/03/2016 a 01/03/2017 com a ferramenta <i>Google Analytics</i> .....	73
Figura 27 - Medição da quantidade de sessões acessadas com a porcentagem e respectivos países (locais de onde foram acessadas essas sessões) no período de 19/03/2016 a 01/03/2017 com a ferramenta <i>Google Analytics</i> .....	74
Figura 28 – Medição da quantidade de sessões acessadas e respectivas cidades (locais de onde foram acessadas essas sessões) no período de 19/03/2016 a 01/03/2017 com a ferramenta <i>Google Analytics</i> .....	75

Figura 29 - <i>Post</i> com comentário no <i>Blog</i> do site <a href="http://www.joseaugustosergipano.com.br">www.joseaugustosergipano.com.br</a> .....	76
Figura 30 – <i>Print Screen</i> da página do Facebook de José Augusto “Sergipano” .....	76
Figura 31 - <i>Print Screen</i> da página do Facebook, dados da publicação do dia 19 de agosto de 2016 .....	77
Figura 32 - <i>Print Screen</i> da página do Facebook, dados do compartilhamento da publicação, realizada no dia 09 de outubro de 2016 .....	78
Figura 33 - <i>Print Screen</i> da página do <i>SurveyMonkey</i> com dados dos coletores e quantidades de respostas, realizado no dia 03 de abril de 2017. ....	80
Figura 34 – <i>Print Screen</i> dos resultados de pesquisa através do Google em 01 de março de 2017 com a aplicação dos filtros “Páginas em português”, “País: Brasil”, “Período: No último ano”, “Classificados por relevância” e “Ao pé da letra” para os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’] .....	85
Figura 35 - <i>Print Screen</i> dos resultados de pesquisa através do Google em 01 de março de 2017 com a aplicação dos filtros “Páginas em português”, “País: Brasil”, “Período: No último ano”, “Classificados por relevância” e “Ao pé da letra” para os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’+ blog] .....	86
Figura 36 - <i>Print Screen</i> da página do site Palco MP3, com informações relacionadas ao cantor José Augusto “Sergipano” .....	88
Figura 37 - <i>Print Screen</i> da página do site Palco MP3, com ranking de músicas acessadas do cantor José Augusto “Sergipano” .....	89
Figura 38 - <i>Print Screen</i> da página criada pelo Fã7 no Portal Sua Música .....	90
Figura 39 - <i>Print Screen</i> da página do site Sua Música .....	91
Figura 40 – <i>Print Screen</i> da página do cantor José Augusto “Sergipano” no site Vagalume ..	92
Figura 41 – <i>Print Screen</i> do “Medidor de Popularidade” do site Vagalume para o cantor José Augusto “Sergipano” do período entre os meses de novembro de 2015 e janeiro de 2017 .....	93
Figura 42 – <i>Print Screen</i> do “Medidor de Popularidade” do site Vagalume para o cantor José Augusto “Sergipano” do período entre os meses de novembro de 2015 e janeiro de 2017 .....	93
Figura 43 – <i>Print Screen</i> do blog Fome de Tudo com alusão ao cantor José Augusto “Sergipano” .....	94
Figura 44 - <i>Print Screen</i> dos resultados de pesquisa através do Google em 01 de março de 2017 com a aplicação do filtro “vídeos para os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’+YouTube] .....	97
Figura 45 – <i>Print Screen</i> dos resultados de pesquisa através do YouTube em 01 de março de 2017 com os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’] .....	97
Figura 46 – <i>Print Screen</i> de comentário do Fã 17 no Canal VictorFS Divulgações .....	99
Figura 47 – <i>Print Screen</i> de página de comentários envolvendo fãs do canal N2010R .....	100
Figura 48 – <i>Print Screen</i> do comentário do Fã21 no canal do YouTube “Sane Lima”. ....	101
Figura 49 – <i>Print Screen</i> da integração entre o Fã20 e o criado do canal “Brega Gold” na página de comentários .....	102
Figura 50 - <i>Print Screen</i> de comentários publicados pelo criador do canal “Percílio Santos” no YouTube .....	103

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1– Vendas de discos (em milhões de unidades) entre 1970 e 1979.....	40
Tabela 2 - Discografia cronologicamente representada em Compactos.....	43
Tabela 3 - Discografia cronologicamente representada em LPs .....	44
Tabela 4– Páginas de internet ( <i>blogs</i> e <i>sites</i> ) selecionadas para análise relativa à presença e memória cultural de José Augusto “Sergipano” .....	87
Tabela 5 – Comentários acerca do cantor José Augusto “Sergipano” no <i>site</i> Palco MP3 .....	90
Tabela 6– Comentários no <i>blog</i> “Fome de Tudo” .....	95
Tabela 7 - Resultados com maior número de visualizações no YouTube em 01 de março de 2017 com os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’] .....	98
Tabela 8 – Ranking das 10 músicas mais acessadas do cantor José Augusto “Sergipano” no YouTube, considerando o número de visualizações .....	104

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABPD	Associação Brasileira dos Produtores de Discos
CD	<i>Compact Disk</i>
CMG	Cássio Muniz Gravações
DIP	Departamento de Imprensa e Propaganda
DVD	<i>Digital Versatile Disc</i>
ECAD	Escritório Central de Arrecadação e Distribuição
ETM	Escola de Tártu-Moscú
HD	<i>Hard Disk</i>
LP	<i>Long Play</i>
MCA	<i>Music Corporation of America</i>
MinC	Ministério da Cultura
OMB	Ordem dos Músicos do Brasil
RCA	<i>Radio Corporation of America</i>
RPM	Rotações por minuto
TIC	Tecnologias da Informação e da Comunicação

## Sumário

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO I – O CANTOR JOSÉ AUGUSTO “SERGIPANO” E SUA RELAÇÃO COM A INDÚSTRIA DA MÚSICA .....</b>	<b>18</b>
1.1 A Música como Produto Cultural .....	18
1.2 A biografia do cantor José Augusto “Sergipano” e sua relação com o rádio e a televisão .....	24
1.3 A Gravadora Chantecler, José Augusto “Sergipano” e a indústria da música .....	40
<b>CAPÍTULO II –CULTURA PARTICIPATIVA E O PAPEL DOS FÃS NA PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA CULTURAL ATRAVÉS DA INTERNET.....</b>	<b>46</b>
2.1 Cultura, Memória e Internet .....	48
2.2 Ferramentas da Internet e a Indústria da Música .....	53
2.2.1. <i>Blogs</i> e redes sociais como vetores de preservação da memória cultural no campo da música. ....	56
2.3 A Cultura participativa na internet e o papel dos fãs na preservação da memória .....	60
<b>CAPÍTULO III – A INTERNET COMO PLATAFORMA DE PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA: O CASO DO CANTOR JOSÉ AUGUSTO “SERGIPANO”.....</b>	<b>64</b>
3.1 Metodologia de análise da presença de José Augusto “Sergipano” na internet .....	64
3.2 Entrée cultural Construção e acompanhamento do site e da fanpage do cantor .....	67
3.3 Coleta e Análise de Dados .....	79
3.3.1 Primeira Coleta - O questionário <i>on-line</i> .....	79
3.3.2 Segunda Coleta – <i>Sites</i> e <i>blogs</i> .....	84
3.3.3 Terceira Coleta – YouTube.....	96
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>106</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>110</b>
<b>APÊNDICE I - Questionário <i>on-line</i> .....</b>	<b>117</b>
<b>APÊNDICE II– Gráficos dos resultados do questionário aplicado .....</b>	<b>119</b>

## INTRODUÇÃO

A frase “José Augusto ‘Sergipano’ - Um Ilustre Desconhecido” intitula um dos *posts* do *blog* (ARAGÃO, 2012) sobre “Futebol, Política e Outros Papos”<sup>1</sup>, e sugere que um dos maiores cantores sergipanos das décadas de 1960 e 1970 encontra-se esquecido pela sociedade.

Os processos que levam ao esquecimento ou à manutenção da memória de personalidades artísticas são complexos e não integram o escopo desta dissertação, que tem por objetivo, analisar a possibilidade de preservação da memória cultural através da internet em um ambiente de cultura participativa, através do estudo de caso da trajetória do cantor José Augusto “Sergipano”.

A despeito do título do *blog*, a presença do cantor José Augusto “Sergipano” na *web*, como se pretende mostrar ao longo desta pesquisa, não indica esquecimento. Muito pelo contrário, apesar de a carreira do cantor ter acontecido em um momento em que a internet acabara de ser criada, sendo consumida, na maioria dos casos, pelos próprios desenvolvedores, a sua presença na rede reúne vídeos disponibilizados na plataforma YouTube, *sites* e *blogs* contendo dados biográficos, *fanpages* em redes sociais, discografia, letras de música e *links* para ouvir suas canções, alguns deles com consideráveis quantidades de visualizações, apontando para uma intensa participação de pessoas interessadas no cantor, sendo estes fãs ou não, característica típica de uma cultura participativa.

O problema da pesquisa encontra-se, portanto, formulado na seguinte questão: A cultura participativa pode contribuir para a preservação da memória cultural através da internet? Nesse contexto, o objetivo geral da presente pesquisa será analisar o papel da cultura participativa na preservação da memória cultural através da internet, tomando como base o caso do cantor José Augusto “Sergipano”.

Para tanto, foram delimitados os seguintes objetivos específicos: discutir a música como um produto cultural; relacionar a biografia do cantor José Augusto “Sergipano” com a evolução dos meios de comunicação, em especial o rádio e a televisão; discutir o papel da gravadora *Chantecler* na divulgação da música popular brasileira, sobretudo da chamada música romântica; conceituar memória cultural e analisar o papel da internet como plataforma de preservação da memória cultural.

A pesquisa, portanto, articula-se em torno das seguintes perguntas: A internet pode ser utilizada como plataforma de preservação da memória cultural? As redes sociais digitais,

---

<sup>1</sup> O *blog* aborda alguns temas, entre eles a cultura e apresenta um *post* sobre o cantor José Augusto “Sergipano”.

através de *fanpages*, podem contribuir para a preservação da memória cultural? Como a indústria da música vem tratando a distribuição de produtos culturais digitais? As mudanças na indústria da música tornaram indispensável a presença nas redes para a preservação da memória de trajetórias artísticas?

A escolha do objeto do estudo de caso, o cantor José Augusto “Sergipano” decorreu de dois fatores centrais: o fato de José Augusto “Sergipano” ter sido o cantor sergipano que mais obteve destaque no cenário nacional e internacional do mundo da música e, o acesso a dados e arquivos disponibilizados pela família do cantor, falecido em um acidente de carro no ano de 1981<sup>2</sup>.

Um terceiro aspecto também pautou a escolha: o fato da carreira de José Augusto “Sergipano” ter se desenvolvido antes do ambiente de cultura participativa na internet assumir o grau de importância da contemporaneidade, o que tornaria a análise ainda mais interessante, posto que discute a preservação da memória cultural de uma conjuntura anterior à atual, através da presença ativa na internet da atividade de seus fãs e também de pessoas com interesse em sua carreira e obras.

Inserida na linha de pesquisa “Comunicação, Cultura e Política” do PPGCOM/UFS, a presente dissertação procura realizar investigações no campo da “Comunicação da Cultura”, buscando ampliar as discussões acerca do ambiente digital de comunicação, suas plataformas, ferramentas, estratégias de coleta de dados, métricas, produção e divulgação de conteúdo.

Os pressupostos metodológicos fundam-se em uma perspectiva qualitativa e quantitativa, envolvendo revisão de literatura e a netnografia.

No que tange à revisão de literatura, contexto apresentado fez com que optássemos pela retomada de algumas questões relativas à preservação da memória cultural, principalmente no âmbito da obra de Jan e Aleida Assmann (2005, 2008, 2011), bem como dos processos de preservação dessa memória através da internet (REISEWITZ, 2004; MENDES; SANTOS e SANTIAGO, 2010; ANDRADE e DODEBEI, 2014), além de pesquisas das áreas de cultura, música, convergência e redes sociais (ADORNO e HORKHEIMER, 1982; BENJAMIN 1994; LOTMAN, 1979; VICENTE, 2010; HALBWACHS, 2006; JENKINS 1992; 2006 e 2008; AMARAL, 2007; AMARAL, RECUERO E MONTARDO, 2009 e RECUERO, 2009).

---

<sup>2</sup> Cabe destacar que José Augusto “Sergipano” foi casado com a irmã do pai do próprio pesquisador. Acervos e “direitos autorais” encontram-se, portanto sob a guarda de minha tia e primos, o que facilita o acesso e a realização da pesquisa.



A netnografia, tomada na acepção de Kozinets (1997), estruturou-se em quatro fases: *Entrée* cultural; Coleta e análise de dados; Ética de pesquisa; *Feedback* e checagem de informações.

A *entrée* cultural, que representa o primeiro contato com o campo, teve como instrumentos centrais a construção de um *site* e de uma *fanpage* no Facebook<sup>3</sup> para o cantor analisado, que foram acompanhados por cerca de seis meses antes do início da coleta de dados, pratica esta, inserida nos protocolos da netnografia (KOZINETS, 1997). A seguir iniciaram três fases de coletas, sobrepostas: questionário *on-line* através da plataforma *SurveyMonkey*, *sites* e *blogs* e o YouTube. Os princípios de ética de pesquisa, *feedback* e checagem de informações foram estritamente observados.

A presente dissertação está estruturada em três capítulos, uma introdução, considerações finais, referências e dois apêndices.

O primeiro capítulo, “O cantor José Augusto ‘Sergipano’ e sua relação com a Indústria da Música”, discute a questão da música como produto cultural, apresenta a biografia do cantor José Augusto “Sergipano” e suas relações com os meios de comunicação, em especial o rádio e a televisão e analisa o papel da gravadora *Chantecler* na divulgação da música romântica brasileira. Ponderou-se cuidadosamente acerca da extensão dos dados biográficos de José Augusto “Sergipano”, aventando-se, inclusive, a possibilidade de construir um apêndice ao invés de um subtópico do capítulo, entretanto, optou-se por articular a história de vida do cantor sergipano ao contexto mais amplo dos meios de comunicação no Brasil, procurando, dessa forma, integrar teoria (a problemática da indústria da música no país) e prática (a carreira de José Augusto “Sergipano”).

O segundo capítulo “Cultura participativa e o papel dos fãs na preservação da memória cultural através da internet”, apresenta uma revisão de literatura sobre memória, em seus aspectos social e cultural e a relação da internet e dos *sites* de redes sociais digitais com a preservação da memória cultural, as ferramentas da internet e a indústria da música, a cultura participativa e a preservação da memória através da internet.

O terceiro capítulo, “A internet como plataforma de preservação da memória: o caso do cantor José Augusto ‘Sergipano’”, apresenta a metodologia netnográfica detalhada (KOZINETS, 1997) e as três etapas de coleta de dados com suas respectivas análises.

---

<sup>3</sup> Em princípio o *site* e a *Fanpage* serão mantidos pelo próprio pesquisador. Espera-se, entretanto, buscar um patrocínio para essa manutenção.

O material conta ainda com uma introdução, considerações finais relativas ao atual momento da pesquisa, referências bibliográficas e dois apêndices contendo, respectivamente: o questionário *on-line* aplicado e os resultados estatísticos gerados pela *Survey Monkey*.

Considerando a complexa relação da contemporaneidade com a memória, a volatilidade dos suportes e a efemeridade das questões culturais, espera-se que a presente pesquisa possa se constituir numa contribuição para a discussão dos processos de preservação cultural mediada pela internet e num âmbito de cultura participativa.

## **CAPÍTULO I – O CANTOR JOSÉ AUGUSTO “SERGIPANO” E SUA RELAÇÃO COM A INDÚSTRIA DA MÚSICA**

*“Por isso é que eu canto, escondendo a mágoa,  
que minha alma invade, para que mais tarde, o  
próprio destino saiba que errou”.*

*(José Augusto Sergipano)*

### **1.1 A Música como Produto Cultural**

A música é um importante meio de formação da cultura e ocupa um espaço dentro de cada grupo humano, por seus valores, usos e funções, que a particularizam de acordo com cada contexto sociocultural nos quais se insere (QUEIROZ, 2004). Além disso, possui um caráter informacional e um poder comunicacional, que transpõe barreiras como as diferentes línguas, tempo e espaço, e, na sociedade contemporânea, constituiu-se, também, num produto da indústria cultural, que é comercializado através de diversos meios: rádio, TV, discos, internet, shows (OLIVEIRA, 2011).

A música integra-se à uma série de áreas, tais como: economia, sociologia, política e comunicação, principalmente se considerarmos a perspectiva de apropriação do capitalismo na constituição de uma indústria da música, que pode proporcionar interações sociais entre agentes culturais (artistas, músicos, produtores, gravadoras, por exemplo) e o público consumidor, seja como trabalho e/ou entretenimento, a partir da venda de produtos (música gravada, shows, etc.). Tal fato enseja o que vem sendo chamado de “mercantilização da cultura” (UNESCO, 2005; MELO, 2001; GETINO, 2010), podendo ocasionar uma submissão da cultura aos interesses políticos, como destaca, também, Melo (2001):

Arte e cultura aparecem subordinado ao objetivo que interessa aos políticos: a boa saúde da economia e, um pouco contra a corrente dos que denunciam a subordinação da cultura aos imperativos econômicos, este argumento justifica a ideia de que há que medem o valor da cultura em grande parte em termos da sua função econômica (MELO, 2001 *apud* GETINO, 2010).

A música envolve, ainda, questões político-econômicas de interesse do estado e da sociedade no escopo das políticas públicas, leis e agências reguladoras, como, por exemplo, o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição - ECAD.

Com relação à comunicação, em especial no âmbito da publicidade, fomenta o consumo e o mercado, ou seja, integra-se à chamada Indústria Cultural.

O termo “Indústria Cultural”, cunhado por Adorno e Horkheimer, em 1942, contido em estudo publicado em 1947, foi criado com o objetivo de se diferenciar de outro conceito: o de cultura de massa, pois os autores entendiam que esse último termo designaria os produtos culturais criados espontaneamente pela sociedade capitalista, como se os fenômenos culturais dessa sociedade surgissem diretamente a partir das massas (ADORNO E HORKHEIMER, 1982).

Para Adorno e Horkheimer (1982), o termo “Industria Cultural” designaria uma situação decorrente da sociedade capitalista, na qual, a reprodução e a distribuição da cultura estariam eliminando aos poucos tanto a arte erudita quanto a arte popular, ou seja, a arte estaria migrando para o mundo comercial. Isso porque o valor crítico dessas duas formas artísticas (a erudita e a popular) estaria sendo neutralizado por não permitir a participação plena dos seus espectadores. A arte, para os autores, estaria sendo tratada simplesmente como uma mercadoria, e em consequência disso, tornar-se-ia um produto de mercado, sujeito às leis de oferta e procura. (ADORNO E HORKHEIMER, 1982).

Adorno e Horkheimer (1982) consideram que o produto cultural, a exemplo da música gravada, faz parte do mundo da mercadoria, sendo preparado para o mercado e gerido segundo os critérios deste mesmo mercado. A indústria cultural preocupa-se em adaptar tal produto cultural para a manipulação do gosto e dessa forma, direcioná-lo ao consumo:

Os interessados inclinam-se a dar uma explicação tecnológica da indústria cultural. O fato de que milhões de pessoas participam dessa indústria imporia métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. O contraste técnico entre poucos centros de produção e uma recepção dispersa condicionaria a organização e o planejamento pela direção. Os padrões teriam resultado originariamente das necessidades dos consumidores: eis por que são aceitos sem resistência. De facto, o que o explica é o círculo da manipulação e da necessidade retroativa, no qual a unidade do sistema se torna cada vez mais coesa. O que não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade (ADORNO E HORKHEIMER, 1982, p. 57).

Com o advento da indústria cultural, a arte passou a estar atrelada ao consumo, através da mercantilização da cultura, alavancada pela implantação de máquinas com a finalidade de produzir em série, constituindo o que Benjamin (1994) chamou de reprodutibilidade técnica. O autor ainda discutiu a presença de uma “aura” de caráter singular nas obras de arte, dotadas de unicidade e autenticidade, que constituem o seu *hic et nunc*. Porém, tais características da obra de arte se diluem nos então novos meios de reprodutibilidade, ou seja, o que Benjamin (1994)

conceituou como “reprodutibilidade técnica” revela a entrada do processo industrial na produção artística na esteira de novas práticas sociais propostas pela modernidade.

Dessa forma, os aparelhos de gravação e reprodução de som, possibilitaram a comercialização da música na forma de produto, da mesma maneira que os demais bens industriais são passíveis de reproduções sucessivas, uma vez que “[...] na medida em que ela multiplica a reprodução, substitui a existência única da obra por uma existência serial” (BENJAMIN, 1994, p. 168-169)

A história dessa transformação no campo da música tem início com o desenvolvimento da indústria de produção musical, com gravações realizadas ainda por meios mecânicos, com o *phonograph* — aparelho inventado em 1877 pelo norte-americano Thomas Edison para a gravação e reprodução de sons através de cilindros giratórios (SALAZAR, 2015). Sendo, posteriormente, comercializado. Logo depois surge, em 1888, o *gramofone*, um aparelho que reproduzia áudio, utilizando discos em lugar de cilindros, que fora desenvolvido e comercializado por Emile Berliner (VICENTE, 2012).

Com as descobertas tecnológicas “[...] a partir do final da década de 1940, a indústria fonográfica — já consolidada, portanto, como indústria musical — inicia um novo ciclo de transformações” (VICENTE, 2012). Entre elas estão: mudanças na gravação e na reprodução de áudio, tanto pelo uso comercial dos gravadores quanto pelo surgimento de recursos como a “estereofonia” que, segundo Alvarez (2007, p. 25) “[...] significa, a emissão de áudio por dois ou mais canais”, devido ao desenvolvimento da eletrônica; a substituição dos equipamentos mecânicos pelos elétricos; o surgimento do rádio no final do século XIX; a evolução do disco de vinil (LP) e de equipamentos de gravação mais acessíveis na década de 1950, o lançamento da música digital com o CD na década de 1980 e do DVD no final da década de 1990, além da popularização da Internet, com a distribuição de formatos digitais (.mp3, .asf, .mid, .ogg, entre outros) e o compartilhamento de músicas pela rede no final do século XX (VIVEIRO e NAKANO, 2008).

A tecnologia aplicada a *suportes*<sup>4</sup> (VICENTE, 2012) de gravação, da televisão, do rádio, da internet e outras mídias que divulgam em larga escala os produtos culturais, contribuiu para gerar uma economia de mercado baseada no consumo de bens. A música gravada num suporte como um produto massificado passou a integrar o sistema capitalista e o que de fato

---

<sup>4</sup> O termo “suporte” refere-se aqui aos meios, tanto físicos (LPs, CDs, fitas K7 etc.) quanto virtuais (WAV, MP3, AIFF, WMA etc.), através dos quais um produto cultural é distribuído e consumido (VICENTE, 2012).

consideramos como “indústria da música”, demonstrando a importância e a influência da tecnologia na relação entre indústria e a música uma vez que:

Não se poderia, de todo modo, falar em indústria cultural num período anterior ao da Revolução Industrial, no século XVIII. Mas embora esta Revolução seja uma condição básica para a existência daquela indústria e daquela cultura, ela não é ainda a condição suficiente. É necessário acrescentar a esse quadro a existência de uma economia de mercado, isto é, de uma economia baseada no consumo de bens; é necessário, enfim, a ocorrência de uma sociedade de consumo, só verificada no século XIX em sua segunda metade – período em que se registra a ocorrência daquele mesmo teatro de revista, da opereta, do cartaz” (COELHO, 1980, p. 6).

Nesse sentido, a partir do século XX, a Indústria Fonográfica, que atualmente tem praticamente o mesmo significado que “Indústria da Música” (VICENTE, 2012), na qual se insere o mercado da música gravada, se estabelece como um importante eixo cultural. Com a comercialização dos suportes (LP) que a partir dos anos 50, sobretudo com a atividade de compra e venda, à medida que o mercado de música gravada foi crescendo, passou a financiar a maior parte da produção musical em países capitalistas, tendo uma grande importância econômica, que pouco existia até então, antes da criação desses suportes de gravação. No caso do Brasil,

Paralelamente, o mercado de discos principalmente no Rio e em São Paulo, ampliava-se ao ponto de tornar à sua indústria uma das mais importantes do país (segundo IBGE a produção nacional de discos mantinha-se acima de meio bilhão de cruzeiros já em 1955) o que provocou a inovação das pesquisas de mercado para vender cientificamente de acordo com o gosto do público. Ora, como o público potencialmente comprador de discos era a classe média, foi o gosto alienado que se impôs ao gosto geral e, assim, todos os meios de divulgação – o disco, o rádio e depois a televisão – foram postos a serviço da música norte-americana e, no campo da música brasileira, do que mais parecesse com essa música dominante (TINHORÃO, 1997, p. 124-125).

A citação mostra que a música gravada, num suporte físico (disco) como exemplo de um produto massificado integra o sistema capitalista e o que de fato consideramos como “indústria da música”. Levando em consideração ainda que:

O disco é o elemento essencial da indústria musical: constitui o meio de catalisação e distribuição da música por excelência. A possibilidade técnica de codificar a música em um suporte físico para sua posterior reprodução, permite que a materialize e, ao desvincular o consumo da execução, a desloca, fazendo-a chegar a um número virtualmente ilimitado de consumidores. Sua grande relevância nos negócios musicais é a razão pela qual, hoje em dia, os termos “indústria da música” e “indústria fonográfica” tenham praticamente o mesmo significado. Na verdade, é graças à padronização, à reprodução em série e à possibilidade de armazenamento que o disco permite, é que podemos falar em uma verdadeira indústria da música (PALMEIRO, 2005, p.6).

Tal fato demonstra que a indústria evolui à medida que os avanços tecnológicos são implantados e com a industrialização dominante no processo de produção desses produtos, de certa forma, condiciona (a indústria) à existência de um mercado economicamente viável, a partir da relação entre produção e consumo.

No Brasil a indústria da música insere estratégias mercadológicas quando busca analisar qual o perfil do público potencialmente consumidor, através das pesquisas de mercado, e assim, utilizar os meios de divulgação para a venda do produto. Nesse processo, constata-se que a cultura em si é considerada, cada vez mais, como um segmento de atividades extremamente relevante para as economias tanto locais/nacionais como também internacionais (HERSCHMANN, 2010, p.12).

Sobre essa mesma perspectiva econômica relacionada a cultura Herschmann (2012) a partir de estudos de Canclini (2004) conclui:

O entrelaçamento da economia e da cultura está se tornando lugar comum no pensamento mundial. Os altos investimentos exigidos pela produção das indústrias culturais (cinema, televisão, música, informática) e os ganhos espetaculares produzidos nesses campos converteram as empresas de cultura em uma parte significativa da economia global. Se a indústria cultural na América Latina já movimentava em meados da década de 1990 perto de 40 bilhões de dólares por ano, 90% dos quais se concentravam nas *major*s transnacionais, sua importância econômica se acentuou no último ano com as megafusões entre as empresas de informática e de entretenimento [...] (CANCLINI, 2004, p. 44, *apud* HERSCHMANN, 2010, p.12).

Vale ressaltar que a indústria da música não se limita à relação de comércio de compra e venda de bens culturais - música gravada - pois, apresenta o que Salazar (2015) chama de *players* – jargão associado aos atores culturais, dentre eles: músicos, compositores, artistas, técnicos, produtores, empresários, profissionais liberais, a publicidade, além dos veículos comunicativos (televisão, rádio, internet). Existem empresas (gravadoras, produtoras, agências, etc.) que fornecem tanto bens como serviços, além de órgãos e entidades (MinC<sup>5</sup>; ECAD; OMB<sup>6</sup>, ABPD<sup>7</sup>, entre outros) que regulam e fiscalizam o setor. Essa cadeia de processos,

---

<sup>5</sup> O Ministério da Cultura (MinC) foi criado por Decreto presidencial, em 1985, a partir do desmembramento do Ministério da Educação e Cultura [...] desenvolve políticas de fomento e incentivo nas áreas de letras, artes, folclore e nas diversas formas de expressão da cultura nacional, bem como preserva o patrimônio histórico, arqueológico, artístico e nacional. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br>> Acesso em junho de 2016.

<sup>6</sup> A Ordem dos Músicos do Brasil (OMB) é uma autarquia criada pela Lei 3.857/60, com a finalidade de exercer, em todo o país, a seleção, a disciplina, a defesa da classe e a fiscalização do exercício da profissão de músico, mantidas as atribuições específicas dos sindicatos locais. (SALAZAR, 2015).

<sup>7</sup> A ABPD foi criada em abril de 1958 e reúne entre seus associados as maiores empresas de produção musical fonográfica em operação no País. A entidade se dedica a representar os interesses comuns aos produtores fonográficos em geral, promovendo o mercado legítimo de música gravada em meios físicos ou digitais. Disponível em: <<http://www.abpd.org.br>> Acesso em junho de 2016.

produtos e serviços – além do público consumidor – formam a “indústria da música” (SALAZAR, 2015), que gera renda e emprega milhares de pessoas no mundo inteiro, e de forma expressiva no Brasil, além de proporcionar a comunicação da cultura, através dos seus “produtos culturais” (por exemplo, a música gravada), além dos artistas (cantores em suas apresentações “ao vivo” em casas de shows, teatros, bares, etc.), com suas possibilidades de transmitir mensagens, sentimento de pertencimento a algum lugar, e até mesmo, uma identidade cultural.

Dentro desse contexto da indústria da música na qual a cultura se relaciona com o mercado nas esferas social e econômica e faz uso ainda da comunicação e dos meios de comunicação de massa para o consumo dos “produtos culturais”, sendo estes envolvidos numa cadeia de processos com vários *players*, entre eles está o cantor José Augusto “Sergipano”, que representou e representa a indústria da música, primeiramente ao considerarmos a produção e comercialização dos LPs e compactos (*singles*) do artista em questão, bem como a sua representatividade no cenário musical através dos meios de comunicação de massa.

A respeito da relação e significação a partir dos “produtos culturais” (LPs e *singles*), Vicente (2012) comenta:

A relação entre o single e o LP acabou tendo um significado ainda mais profundo. Historicamente, o primeiro se vincula a uma produção simbólica mais descartável, ou seja, um determinado single pode alcançar uma grande vendagem, e o artista ou banda a ele vinculado pode não conseguir nenhuma repercussão em seus trabalhos posteriores. Através do LP, por outro lado, consolida-se a carreira e a imagem do artista, que se torna, num certo sentido, mais importante do que as músicas que produz (VICENTE, 2012, p. 201).

No contexto apresentado o Cantor José Augusto “Sergipano”, cuja trajetória será analisada na presente pesquisa, além de pertencer à indústria da música apresenta uma história artístico-cultural não somente em Sergipe, mas em todo o Brasil e em alguns países do exterior, vivenciada entre os anos de 1950 (que corresponde ao início de sua trajetória como cantor) e 1981 (período em que sua carreira musical foi interrompida, em virtude da sua morte) e que se encontra presente na internet através da participação dos seus fãs. Para melhor compreender seu percurso, será apresentada uma breve biografia entrelaçada à própria história da indústria da música e dos meios de comunicação no país.



## 1.2 A biografia do cantor José Augusto “Sergipano” e sua relação com o rádio e a televisão

José Augusto Costa, popularmente conhecido como José Augusto “Sergipano”, denominativo que lhe foi atribuído em função de sua naturalidade, desde o início da carreira artística, nascido em 03 de outubro de 1936, na Avenida Santa Terezinha, no bairro da Baixinha, em Aquidabã – Região norte de Sergipe – foi um cantor/compositor<sup>8</sup> que durante sua carreira artística gravou mais de 200 músicas, em mais de 25 (LP's - também chamados de disco do vinil de doze polegadas, que em geral, contem doze músicas, seis em cada lado e *compactos* - (single), com capacidade normal de armazenagem em torno de 4 minutos em cada lado, em geral, com duas músicas, uma em cada lado, podendo ser também compacto duplo), interpretando especialmente a “Música Romântica” em forma de boleros, embora tenha algumas gravações em samba (*Exaltação do Norte, Cantando Para Não Chorar*), em Rasqueado - dança regional do centro-oeste brasileiro (*Engano do Carteiro, Amor Proibido*); em Guarânias - gênero musical de origem paraguaia (*Guarânia da Noite Triste, Tanto Amor que eu Tenho*); em frevo (*Frevo de Protesto*) e em Iê-iê-iê (*Só Felicidade*).

O artista representa um típico profissional da indústria da música da segunda metade do século XX no Brasil, permitindo, através de sua história, a compreensão dos meandros de um segmento que foi profundamente modificado pelo advento da internet e das ferramentas digitais de produção e distribuição de áudio.

Sua história artística começa em Aracaju, cidade que passou a morar com a família desde os oito anos de idade. Em 1953, aos 17 anos, estudava e trabalhava com os irmãos na empresa de ônibus coletivo *Xandu*<sup>9</sup> de propriedade da família, nesse mesmo período começa a cantar em bailes, serenatas com amigos e passa a frequentar, inscrito como calouro, de programas locais de auditório de rádio (*Rádio Cultura e Rádio Aperipê*), sendo estes programas, transmitidos ao vivo e contavam sempre com numerosa plateia. Cabe ressaltar que o gênero, programas de calouros, juntamente com radionovelas, programas de auditório, humorísticos e de variedades, marcaram a história do rádio no Brasil.

Com o sucesso de suas apresentações, as quais lhe rendiam geralmente o primeiro lugar, acabou recebendo um convite da direção do programa para que se apresentasse na *Rádio*

---

<sup>8</sup> A discussão acerca da carreira de compositor de José Augusto “Sergipano”, bem como os processos que levaram a ser escolhido por outros compositores para gravar as suas músicas, deverão integrar um projeto de pesquisa a ser desenvolvido após a defesa desta dissertação.

<sup>9</sup> Refere-se ao nome dado ao ônibus (marinete), pertencente à família do cantor José Augusto “Sergipano”, que fazia transporte coletivo na época com o trajeto no Bairro São José. O nome *Xandu* foi escolhido em homenagem a uma música gravada por Luiz Gonzaga, no auge do seu sucesso. Fonte: Família do Cantor José Augusto.

*Liberdade* - inaugurada em sete de setembro de 1953, localizada na Rua Itabaiana, no Centro da cidade de Aracaju sob a propriedade do industrial Albino Silva da Fonseca, fazendo parte do *cast* (elenco) de calouros, durante dois anos.

Aos 18 anos interrompeu sua “carreira artística” para servir ao Exército, no 28º *Batalhão de Caçadores* e logo ao completar 19 anos mudou-se para São Paulo em busca de realizar o sonho de se tornar um cantor profissional.

A necessidade de mudar para São Paulo para tornar-se um cantor profissional indica um dos aspectos que o universo musical no Brasil, historicamente, tem enfrentando: a centralização das atividades no eixo Rio-São Paulo, fato que será aprofundado ao longo da presente pesquisa.

Em São Paulo, no ano de 1945, encontra um ambiente de pós-guerra, com expansão da industrialização, da urbanização e o crescimento dos meios de comunicação de massa, em especial o rádio. Inicialmente, precisou trabalhar em outras profissões para garantir o seu sustento, enquanto buscava atingir seu objetivo em relação à sua carreira profissional ligada à música. Seu primeiro emprego na cidade foi na fábrica de chocolates Lacta, localizada no Brooklin, zona sul, de propriedade de Ademar de Barros (que também era dono da *Rádio Bandeirantes*). Trabalhava durante o dia no setor de escritório da fábrica e à noite cantava espontaneamente em boates e clubes no centro da cidade como forma de divulgar seu trabalho.

Cabe notar que a popularização do rádio no Brasil encontrou no presidente da república, Getúlio Vargas, um forte aliado, em que pesem as medidas ditatoriais por ele implantadas, a exemplo da criação do DIP –*Departamento de Imprensa e Propaganda* - órgão censor do Estado, criado em 1939. Ciente do potencial disseminador do veículo, utilizou-o como forma de divulgação das ações de seu governo, incentivou a música popular, ao menos aquela que enaltecia o trabalho e a paisagem natural do país, e autorizou, em 1932 a publicidade no rádio (FARIAS e SOUZA, 2010).

José Augusto “Sergipano” encontrou em São Paulo um contexto de intensas mudanças na cena radiofônica, posto que, paulatinamente, deixava de ser um veículo para as elites e com cunho fundamentalmente educativo, para ganhar popularidade, mudando de paradigma:

O rádio nascia como meio de elite, não de massa, e se dirigia a quem tivesse poder aquisitivo para mandar buscar no exterior os aparelhos receptores, então muito caros. Também a programação não estava voltada para atingir aos objetivos a que se propunham seus fundadores: “levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e de alegria”. Nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruístas (ORTRIWANO, 1985, p. 14).

Com a popularização dos meios de comunicação de massa, o rádio teve grande importância para a carreira de muitos artistas, inclusive para José Augusto “Sergipano” que também utilizou esse meio para divulgação do seu trabalho.

No final da década de 1950, enquanto José Augusto “Sergipano” buscava alavancar a sua carreira musical, no rádio já faziam sucesso artistas de mesmo estilo musical que o dele (romântico) tais como: Ângela Maria, Dalva de Oliveira, Carlos Galhardo, Cauby Peixoto, Agnaldo Rayol, entre outros, em função da popularização dos programas de auditório, já que era comum que as principais emissoras de rádio tivessem o seu auditório, onde ocorriam programas ao vivo que lançavam, dessa forma, os artistas.

No Rio de Janeiro, o *Programa do Case*<sup>10</sup>, que esteve no ar entre 1932 e 1951, foi o primeiro a apresentar comerciais e *jingles* publicitários, utilizar música de fundo (*background*) e a integrar diferentes mídias, trabalhando em parceria com jornais e revista na realização de eventos interativos, como o concurso de palavras cruzadas, além de apresentar as primeiras experiências de rádio teatro e difundir música brasileira em programas de auditório (FARIAS e SOUZA, 2010).

Em São Paulo, na segunda metade da década de 1950, o radialista e compositor Enzo de Almeida Passos já apresentava o programa “Telefone pedindo Bis” (Figura 1), desempenhando um importante papel para alavancar a carreira de alguns artistas nessa época, pela sua influência no rádio, tanto no seu envolvimento direto como indireto com os artistas, caso por exemplo do cantor Sérgio Reis, que, à época, usava o nome de Johnny Jonson como estratégia de inserção num mercado marcado pela produção internacional e fora apresentado em 1958 aos executivos da gravadora Chantecler, pelo próprio Enzo, abrindo assim os caminhos da música popular para o mesmo.

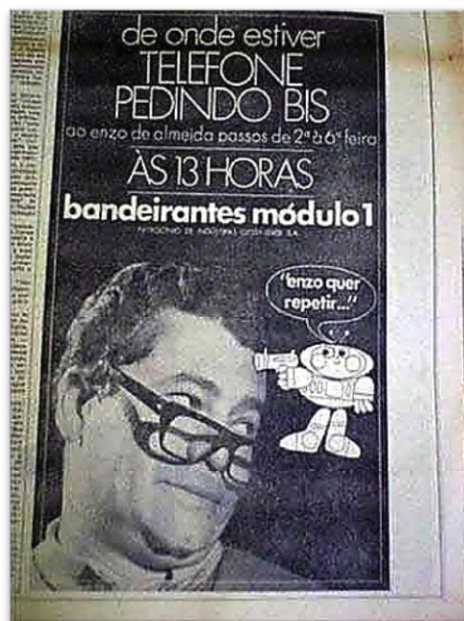
Enzo de Almeida Passos comandou ainda o programa *Festival dos Brotos*, veiculado pela *Rádio Bandeirantes*<sup>11</sup>, era um dos mais conhecidos da década de 1960 e foi o primeiro em que José Augusto “Sergipano” participou, no qual obteve um destaque e passou a fazer parte do elenco fixo, catando semanalmente a convite do próprio Enzo de Almeida Passos (BONVENTTI, 2013), que lhe proporcionou maior visibilidade no meio artístico até que conseguisse chegar numa gravadora.

---

<sup>10</sup> O cantor em tela não esteve no Programa do Case, mas a sua menção se deve a importância do mesmo para a história do rádio.

<sup>11</sup> A “Bandeirante” (referia-se a Sociedade BANDEIRANTE de Rádio Difusão, primeira razão social da emissora) fundada em 6 de maio de 1937, posteriormente conhecida como *Rádio Bandeirantes*. Sediada inicialmente à rua São Bento, 365, no centro de São Paulo e tendo como seu fundador o José Nicolini (ADAMI, 2004).

**Figura 1 - Propaganda de jornal do Programa “Pedindo Bis” de Enzo de Almeida Passos**



Fonte: Arquivo da família de José Augusto “Sergipano”.

A popularidade da *Rádio Bandeirantes* foi estruturada numa bem-sucedida estratégia de *marketing*, com a distribuição de brindes aos ouvintes e de aparelhos de rádio aos bares paulistanos que só sintonizavam a emissora (ADAMI, 2004). Esse quadro permite perceber que a carreira de José Augusto “Sergipano” foi consolidada num momento em que as relações entre o processo de industrialização, a publicidade e a construção de um mercado de consumo para bens culturais encontravam-se em plena expansão.

A relação entre a publicidade e o rádio aponta para o papel dos fãs, uma vez que, além do consumo cultural, fomentavam o consumo de bens anunciados em diversos tipos de comerciais. É interessante notar que a atuação dos fãs teve papel primordial para o rádio brasileiro, como ressaltam Meneguel e Oliveira (2013, p. 12): “Concursos para Rainhas do Rádio e Reis da Voz atraíram à atenção dos fãs<sup>12</sup> de tal maneira que foram lançadas revistas especializadas, como a Revista do Rádio, por meio da qual as pessoas poderiam conhecer um pouco pobre a vida do ídolo” e, ainda, implicaram até mesmo em construções específicas para abrigar esse público: “Para satisfazer o desejo dos fãs, a Rádio Clube de Pernambuco [em 1948] estava terminando uma reforma e instalando dois novos estúdios com auditórios. O estúdio B da emissora passou a comportar 260 pessoas” (AZEVEDO, 2002, p. 141).

---

<sup>12</sup> Cabe destacar que os fãs do rádio apresentam pontos de aproximação e distanciamento dos fãs na internet. Sobre estes últimos, ver Jenkins (1992).

Para Vieira (2000, p. 52), “O rádio é, pois, o responsável pela formação de verdadeiras redes nacionais de ouvintes denominadas genericamente e de modo particular de fãs”. O papel dos fãs será retomado ao longo da pesquisa, em especial nas discussões acerca da cultura participativa.

A gravadora *Chantecler*, fundada em 1958, procurou, desde o seu início, atuar numa faixa de mercado mais popular, especialmente com a música regional (sertaneja, guarânias, rasqueados, etc.), o que a tornou objeto de desejo de uma gama de artistas que trabalham com esses gêneros musicais.

Naquela época, segundo Salazar (2015), pertencer ao “*cast*” de uma grande emissora de rádio era condição quase indispensável para que o artista alcançasse o sucesso e o reconhecimento em todo o país e no exterior. O autor ainda explica:

Foi na Rádio Tupi, por exemplo, que Dorival Caymmi estreou em 1938, saindo-se bem e passando a cantar dois dias por semana. Foi no programa Dragão da Rua Larga que Caymmi interpretou “O que é que a baiana tem? ”, canção de sua autoria que fez com que Carmen Miranda tivesse uma carreira nos Estados Unidos, especialmente na Broadway e em Hollywood (SALAZAR, 2015, p. 42).

Os anos de 1960 transformaram o rádio na principal mídia de entretenimento do país, através da qual consolidou-se uma geração de artistas da música formada por nomes como: Ary Barroso, Carmen Miranda, entre outros, e como veículo de socialização, que tinha o poder de unir as pessoas, como ressalta Jurchaks (2008):

O rádio era um instrumento de utilidade pública na perfeita acepção da palavra porque ele era, digamos, o portador de mensagens, da ligação da cidade com o interior e com a região. Aqui se passavam mensagens para o interior. O interior só tinha conhecimento do que se passava em Guarapuava através do rádio. As pessoas só se comunicavam com o interior através do rádio, mandando suas mensagens para parentes, amigos. Então, tudo girava em torno desse relacionamento da rádio com os ouvintes e é claro que dentro desse sistema incluía-se os programas de auditório, os programas infantis de auditório, os programas para adultos, lançamento de artistas, etc. Tudo isso acontecia dentro do rádio. E o pessoal participava. A população participava em massa né, era o único meio de comunicação a que ela tinha acesso, então ela participava. As novidades aconteciam no rádio, né, as pessoas que chegavam na cidade era através do rádio que se sabia. Tudo o que acontecia na sociedade era o rádio o único instrumento que tinha a sociedade para tomar conhecimento (JURCHAKS, entrevista, 2008 *apud* MENEGUEL E OLIVEIRA, 2013, p.24).

Desse modo, podemos perceber que o rádio, naquela época, desempenhou um papel importantíssimo junto à sociedade, porque proporcionava um elo de ligação entre a cidade e o campo, estabelecendo um elo entre o local e o nacional, na medida em que transmitia as notícias e os acontecimentos de diferentes realidades do país, bem com proporcionava o entretenimento

para o público, com atrações musicais, fazendo parte do cotidiano das pessoas, propagando as informações e encurtando distâncias.

Nessa mesma época, ainda nos anos de 1960, José Augusto “Sergipano” decidiu viajar para o Rio de Janeiro, a fim de participar do programa de calouros sob o comando e apresentação do cantor e compositor Ary Barroso, apresentando-se por duas vezes em seu programa, e alcançando a nota máxima em ambas. Isso lhe deu um destaque em relação aos demais calouros, o que lhe rendeu o convite do próprio Ary Barroso para assinar contrato com a *Rádio Tupi* - o maior empreendimento das Emissoras e Diários Associados.

Em virtude de suas obrigações com a fábrica Lacta, precisou retornar a São Paulo, deixando verbalmente acertado que retornaria na semana seguinte para dar início as suas atividades na rádio Tupi. Porém, já de volta a São Paulo, no decorrer da semana, José Augusto “Sergipano” ao passar em frente ao escritório da gravadora *Chantecler*<sup>13</sup>, decidiu mostrar as letras de duas músicas trazidas com ele de Sergipe. Eram elas: “*Minha Mãezinha*” de sua própria autoria e “*Cantando Para Não Chorar*” composta por Teddy Vieira e Elcio Álvares. A direção da gravadora deu-lhe a oportunidade de interpretar essas canções, com uma audição (teste) que lhe proporcionou, logo em seguida, a proposta para gravar um compacto com as duas canções, motivo que o fez desistir de trabalhar na *Rádio Tupi* e assinar contrato com a *Chantecler*.

Com as canções sendo executadas nas rádios nacionais e com o sucesso da música “*Minha mãezinha*”, logo a *Chantecler* decidiu lançar um álbum completo (LP), com o título “*José Augusto – Já o Novo Ídolo*”

Nos anos de 1960 a televisão começava a dividir o espaço midiático com o rádio e já na década de 1970, o universo de público atingido pela televisão cresceu consideravelmente, portanto, assim como outros artistas, José Augusto “Sergipano” buscou se inserir também no mercado televisivo, que nessa época já gerava uma demanda de consumidores, também por conta do crescimento do acesso aos equipamentos (televisores).

Vale lembrar que a Televisão, doravante TV, brasileira, foi inaugurada oficialmente no dia 18 de setembro de 1950 (MATTOS, 2002). De acordo com esse autor, o alto grau de popularidade do rádio exerceu forte influência no desenvolvimento do meio que agregaria imagem e som, levando a TV a utilizar inicialmente a estrutura do próprio rádio (os formatos de programação, os técnicos e artistas do som).

---

<sup>13</sup> A história da gravadora *Chantecler* será abordada no próximo tópico.

Nos anos de 1960 e 1970, houve uma profissionalização da televisão brasileira, com grande influência da tecnologia aplicada com uso do VT (*videotape*)<sup>14</sup>, aparelho que permitiu às emissoras de TV que espalhassem seus programas por todo o país, e em virtude disso, mais 27 emissoras (entre elas a TV Excelsior, 1960; a TV Globo, 1965 e a TV Bandeirantes, 1967) foram inauguradas no país, com oitenta por cento das suas programações sendo exibidas, em VT, nas produções do eixo Rio-São Paulo (AMORIM, 2007). Destaca-se, mais uma vez, a concentração da produção cultural para os meios de comunicação de massa no eixo Rio-São Paulo, fato que dificultou a constituição de mercados regionais no país.

Isso gerou uma nova dinâmica no mercado musical com novas formas de consumo, porque na indústria da música agregou-se esse poderoso veículo de transmissão de ideias e de venda de produtos e serviços. E tanto o rádio como a televisão têm esse grande poder de penetração nas massas.

Dessa forma, a música popular brasileira teve um grande impulso e artistas ganharam “visibilidade” favorecidos pela televisão. Foi a época dos grandes festivais de música popular, com início na TV Excelsior (Emissora que surgiu em 1960 e revolucionaria os padrões existentes), sendo consolidados nas TVs Record e Globo. Por isso, já com música gravada, José Augusto “Sergipano” passou a trabalhar na divulgação, enviando cartas para todos os programas musicais das rádios e TVs da época, buscando uma oportunidade para mostrar o seu trabalho artístico. Uma dessas cartas foi para a cantora e apresentadora Bibi Ferreira que o convidou para se apresentar no seu programa chamado *Nestle em Brasil* na TV Excelsior (Figuras 2, 3, 4 e 5).

**Figura 2 – José Augusto “Sergipano” preparando as cartas para os programas musicais**



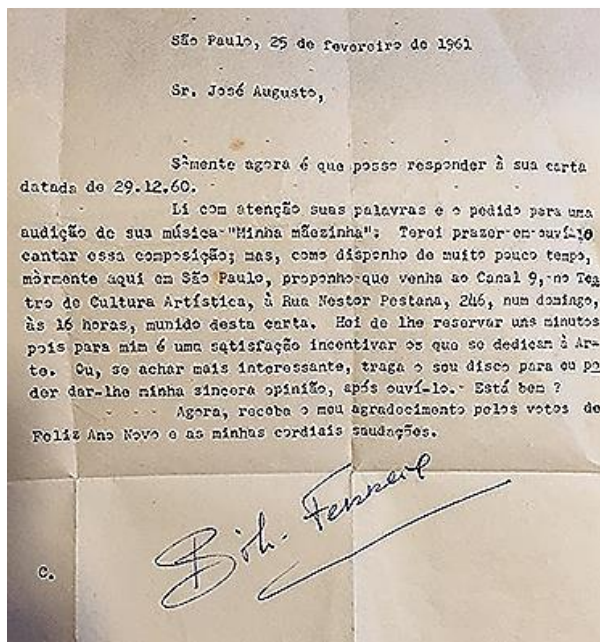
Fonte: Arquivo da família de José Augusto “Sergipano”.

---

<sup>14</sup> A primeira emissora de TV a utilizar o *videoteipe* no Brasil foi a *TV Continental*, do Rio de Janeiro, em 1959 (CAMPANELLA, 2011).



**Figura 3 - Carta de resposta ao José Augusto “Sergipano” assinada pela Bibi Ferreira**



Fonte: Arquivo da família de José Augusto “Sergipano”.

**Figura 4 – Convite ao José Augusto “Sergipano” para comparecimento na Televisão Excelsior S. A. em resposta a sua carta endereçada a sra. Bibi Ferreira**



Fonte: Arquivo da família de José Augusto “Sergipano”.

**Figura 5 – Propaganda do Programa - Nestlé em Brasil - na TV Excelsior com. Bibi Ferreira**



Fonte: Arquivo da família de José Augusto “Sergipano”.



Enquanto fazia a divulgação da primeira música, aproveitava para compor e preparar o primeiro LP: *JA (José Augusto) o Novo Ídolo*. Em 1962 saiu pela primeira vez numa reportagem (edição nº 685 de novembro de 1962, figura 6) da *Revista do Rádio*<sup>15</sup>. Vale frisar que a *Revista do Rádio* é uma importante fonte para análise da construção da figura mítica do artista radiofônico porque segundo Azevedo (2003) “O rádio é som e imaginação, mas o ouvinte desejava mais. As revistas forneciam a imagem complementar, muitas vezes de forma até excessiva, pois em muitas matérias praticamente não eram apresentados textos, mas somente as legendas das fotos” (p.3).

Isso demonstra como as revistas eram importantes por complementar a imagem dos artistas, mesmo que de forma excessiva, pois em muitas reportagens, praticamente não havia textos, somente nas legendas das fotos. Interessante notar que naquele momento já se percebia a interação entre mídias diferentes, estratégia que, no contexto atual, e consideradas as especificidades de cada uma, tem sido chamada de mídia cruzada, transmídia e *cross media* (JENKINS,2008).

**Figura 6 – Matéria sobre José Augusto “Sergipano” na *Revista do Rádio* (edição nº 685 de novembro de 1962)**



Fonte: Arquivo da família de José Augusto “Sergipano”.

<sup>15</sup> Revista lançada em 1948, e dedicada exclusivamente aos assuntos radiofônicos, com destaque para as reportagens sobre a vida dos astros e estrelas, com publicação semanal. Além disso, tinha por prática a cada número escolher quatro ou cinco artistas para a realização de matérias mais longas, suas principais reportagens eram fartamente ilustradas e nesse caso os textos nunca ultrapassavam o espaço dedicado às imagens (AZEVEDO, 2003).

No início de 1963, foi publicada mais uma reportagem na *Revista do Rádio* (Figura 7) com os "brotos", as novas revelações, de São Paulo. José Augusto "Sergipano" já preparava o lançamento do primeiro LP: *JA (José Augusto) um Novo Ídolo*, com direito a propaganda na *Revista do Rádio*. (Figura 8).

**Figura 7 - Reportagem sobre o José Augusto "Sergipano" na Revista do Rádio (ed. 700, de fevereiro de 1963) com os "brotos", as novas revelações, de São Paulo**



Fonte: Arquivo da família de José Augusto "Sergipano".

Figura 8 - Propaganda de lançamento do primeiro LP: JA (José Augusto) um Novo Ídolo na Revista do Rádio

### PARADA DE SUCESSOS

★ Estas 10 músicas em maior evidência, pela média de vendas de discos e pelas pedidos de ouvintes nos programas de disc-jóqueis. (Rio e São Paulo).

- 1 — SONHAR CONTIGO — Adilson Ramos
- 2 — TUDO DE SIM — Altemar Dutra
- 3 — A HORA DO AMOR — Gilda Lopes
- 4 — ENIGMA — Nelson Gonçalves
- 5 — AMOR SINCERO — Silvinho
- 6 — BELEZA DE CORES — Anísio Silva
- 7 — CHAPURU — Cantores de Ebano
- 8 — ENSINANDO BOSSA-NOVA — Eyde Gormez
- 9 — ABRACA-ME — Anísio Silva
- 10 — FOI ASSIM — Jamelão

JOSE AUGUSTO  
da 1ª Orquestra  
sua primeira  
e mais atípica

ADILSON RA.  
MOS: da orquestra  
de Paulo Bonfatti  
e sempre com ele

5 — Os Grandes Sucessos do Cinema, com Pat Boone.  
A voz doce de Pat interpretando sucessos como  
Day of wine and roses — Moon river — Laura — Ruby  
— Be my love e Mona Lisa. No mais, você imagina  
o que tem este LP da RGE-Dot, pois Pat é por de-  
maís conhecido do nosso público. Nota: 10.

6 — A Continental faz um álbum longo e "fiel"  
Caravel Avel, que é uma homenagem a Lamartine  
Bela, escrita por J. Junior em marcha-vaque. O in-  
terprete é Carlos José. O disco tem "Lala" merce-  
do e muito mais.


7 — A CBS completou 10 anos de atividades fonó-  
gráficas. O sucesso tem sido grande de seus discos.  
FAPABOS a todos os dirigentes da CBS e a seus atores  
em todo o mundo; responsáveis por estas 10  
lâminas os mais que virão nos de sucessos.

8 — Sheer Artista, com a orquestra de Otto Crispino  
e um dos LPs que mostram o espírito dos LPs Vozes  
verbo, nas capta da Orquestra. Conhecendo com seus  
"estilos", Crispino nos traz 12 canções de sua orquestra,  
sua voz de George Jernis. A orquestra "Crispino  
Orquestra" continua naquele terreno de música popular  
trabalha, muito mais e para o próprio "estilo", como  
nos convém o sucesso "Nota: 10.

9 — A Odem lança em seu novo suplemento um LP  
de Billy Butterfield com o título "O Pitoon Ro-  
mântico". Tudo na base de acompanhamentos por  
tão perfeitos dos grandes solistas de jazz.  
Billy perde neste disco todo o seu clan, para tornar-se  
um pianista de poltrona, daqueles que fazem mui-  
ta para repouso. Os jovens namorados e os fãs de  
música calmos e relaxados deverão o LP, pois é para  
eles o seu idealizador. Nota: 10.

10 — Se querem ouvir todo um LP, sempre o mais  
doz de cada obra, com informações sobre os  
seus participantes principais, cantores etc.) devem pre-  
ferir a Rádio Roquette Pinto, da (RCP) dos sábados, e a  
melhor das estações. O problema é: "A gran-  
de seleção".

## REALMENTE! SUCESSO É...



### CHANTECLER

O PRIMEIRO A SER OUVIDO

MUSICA E BOM HUNDO ★ MANEJINHO  
ARACJO COM ACOPIFANTAMENTO ★  
CMG-2.241




Reprodução sensacional do  
"Pis da Embolada" com  
LP que se faz sucesso  
logo. Nos primeiros dias  
do seu lançamento, O.D.S.  
se foi considerado EX-  
CEPCIONAL, pois pro-  
gramo "Quem sabe", da  
Rádio Roquette Pinto!

UM NOVO ÍDOLO: JOSE AUGUSTO COM  
ORQUESTRA ★ CMG-2.241



O novo ídolo surgiu em  
São Paulo, onde, neste  
LP, que realmente me-  
rece os aplausos que  
vem recebendo de dis-  
cos. No disco figura-  
m 12 músicas que J.A. can-  
ta com interpretação ex-  
cepcional!

TRIKERINIA SHOW ★ "O GACCHO  
CORACJO DO RIO GRANDE" ★ CRI-3 452



Um LP em que se en-  
contram todas as canções  
das 12 músicas "porquê"  
do sucesso de Trikeri-  
nia, o cantor que tudo  
é. Trikeri, solista — e  
que é um campeão de  
venda de discos LP que  
já se faz sucesso de  
Norte a Sul do País

Fonte: Arquivo da família de José Augusto "Sergipano".

Naquele momento, era forte a presença de José Augusto "Sergipano" em grandes veículos nacionais, tanto no rádio, como na televisão e revista impressa, demonstrando seu destaque na cena artística, além da sua visibilidade nas mídias disponíveis à época.

Com o lançamento do primeiro LP iniciou uma maratona de shows para a divulgação, inicialmente em São Paulo e no Rio de Janeiro e depois por todo o Norte e o Nordeste, onde se apresentou em teatros, cinemas, clubes e casas de show. Na época, eram os locais aonde os artistas se apresentavam, como afirma Salazar (2015):

No Brasil, os teatros municipais foram durante muitos anos o palco principal para as apresentações musicais, abrigando orquestras sinfônicas, bandas de música e artistas com carreira solo nas capitais e nos municípios do interior. A atividade de apresentação musical sempre esteve ligada ao espaço cênico de um teatro, mas também a cinemas, circos, estádios, cabarés, bares, restaurantes, praças, morros e terreiros (p. 42)

Paralelamente aos shows, trabalhava em seu segundo disco: *O cantor galã*, que fora lançado ainda em 1965. Foi com esse LP que sua carreira “decolou”, principalmente graças ao sucesso da música *Beijo Gelado*. Saiu mais uma vez, na *Revista do Rádio* (Edição nº 773, 1965, figura 9) numa entrevista de divulgação desse segundo LP. Em setembro do mesmo ano entrou na parada de sucesso<sup>16</sup> com a música *Beijo Gelado*, entre as dez mais tocadas no Rio de Janeiro e em São Paulo segundo a própria revista (Edição nº 780, figura 10), entre as quais se incluíam canções de Altemar Dutra e Nelson Gonçalves, artistas com grande reconhecimento no decorrer de suas carreiras musicais.

**Figura 9 - Capa da Revista do Rádio (edição nº 773, 1965)**



Fonte: Arquivo da família de José Augusto “Sergipano”.

<sup>16</sup> As paradas de sucesso eram elaboradas, em geral, a partir dos seguintes critérios: número de LPs vendidos e número de vezes que uma determinada música havia sido tocada no rádio.



Figura 10 - *Revista do Rádio* (edição nº 780, 1965) com matéria sobre a música *Beijo Gelado* entre as dez mais tocadas no Rio de Janeiro e em São Paulo



Fonte: Arquivo da família de José Augusto "Sergipano".

Em 1965 ainda, José Augusto "Sergipano" lançou o terceiro LP: *Prova de Amor*, com a música *Sombras*, que, de acordo com a *Revista do Rádio* (edição nº 882 -Figura 11 e edição nº 886 – Figura 12), também ganhou grande destaque nas rádios de São Paulo e do Rio de Janeiro, permanecendo por semanas entre as mais tocadas- à frente de ícones da música nacional e internacional tais como: Roberto Carlos, Altemar Dutra, *Rolling Stones* e dos *Beatles*, que na época já eram considerados fenômenos mundiais da música. Segundo o resultado obtido através das pesquisas de observadores da *Revista do Rádio*, pelas músicas mais procuradas em discos, em programas (com pedidos), no Rádio, em boates, etc., a música "Sombras" alcançou o terceiro lugar na parada de sucessos.

Na Figura 11, na *Revista do Rádio*, também é possível ver o cantor Sergipano ao lado de artistas de destaque no cenário musical do país, entre eles: Agnaldo Timóteo e Jerry Adriani.

Figura 11 - Revista do Rádio (edição nº 882, 1965) matéria sobre a música Sombras entre as dez mais tocadas no Rio de Janeiro e em São Paulo



Fonte: Arquivo da família de José Augusto "Sergipano".

Figura 12 - Revista do Rádio (edição nº 886, 1965) matéria sobre a música Sombras entre as dez mais tocadas no Rio de Janeiro e em São Paulo

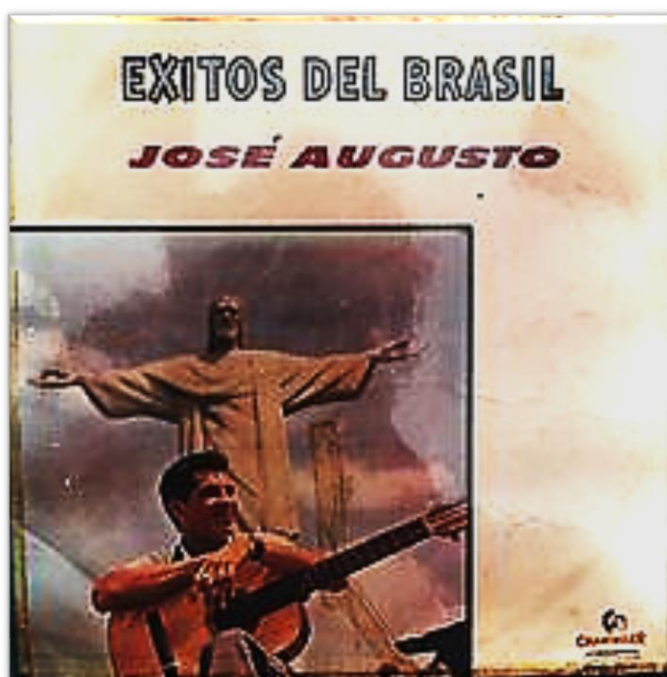


Fonte: Arquivo da família de José Augusto "Sergipano".



Em 1966 lançou o LP: *Êxitos Del Brasil* (Figura 13) com o intuito de alcançar o mercado da América Latina, cantando seus sucessos em castelhano, o que lhe abriu as portas para uma carreira artística em países como: Colômbia, Venezuela, Argentina, Paraguai e Bolívia. Foi nesse mesmo ano que viajou para uma turnê internacional que durou seis meses, numa série de shows por esses países (Figura 14). Com o fim da turnê internacional, iniciou-se no Brasil uma sequência de shows pelo Norte e Nordeste, passando por Manaus, Belém, Marabá, Recife, Maceió, Aracaju, entre outras cidades.

**Figura 13 - LP *Êxitos Del Brasil*, lançado em 1966**



Fonte: Arquivo da família de José Augusto “Sergipano”.

**Figura 14 - registro de aeroporto em Turnê, na América Latina 1965**



Fonte: Arquivo da família de José Augusto “Sergipano”.

Entre os anos de 1970 e 1980, paralelamente aos shows, foram lançados mais LPs, entre eles: *Só Pertença a Você* (1970), *Prece de Amor e Paz* (1971), *José Augusto* (1973), *José Augusto* (1976), *Aliança Devolvida* (1978), e *Abraça-me* (1980), como também alguns Compactos, entre os quais, *Aliança Jogada* (1974) e *Sombras Nada Mais* (1980), embora tivesse se casado e constituído família, com dois filhos, motivo que o fez reduzir a agenda de shows para que pudesse passar mais tempo com a família, já que morava em São Paulo e a maioria dos shows era realizada no Norte e Nordeste do país.

Durante esse período, além das gravações desses discos, realizava shows, principalmente no Nordeste, mesmo sem ter a mesma presença de antes nos meios de comunicação de massa, sobretudo na TV, que já passava a dar mais ênfase à música sertaneja, assim como a própria gravadora Continental<sup>17</sup>, que tinha como seus principais artistas a dupla Milionário e José Rico. Posteriormente, a música sertaneja se tornaria o segmento de maior sucesso da indústria através de nomes como Chitãozinho e Xororó, Leandro e Leonardo, Zezé di Camargo e Luciano, entre outros (VICENTE, 2010).

Numa dessas viagens para fazer um show na cidade de Feira de Santana na Bahia, acabou envolvendo-se num acidente automobilístico nas proximidades desta cidade, vindo a falecer no dia 5 de dezembro de 1981, deixando o seu legado artístico cultural, através das suas músicas e da sua história.

A discografia, com registros musicais do artista, dentro da sua contextualização histórica, relacionando ainda com os meios de comunicação de massa, demonstram a grande importância e o papel que a Gravadora desempenhava na indústria da música, especificamente, no Brasil, no período que abarca a carreira do cantor José Augusto “Sergipano”.

A *Chantecler* como uma representante dessas gravadoras, foi de suma importância na carreira do cantor sergipano especialmente porque lhe proporcionou a primeira oportunidade para gravar um disco, e não parando por aí, gravou também muitos e muitos outros, investindo na sua carreira, o que possibilitou alcançar seu principal objetivo de vida, a carreira artística. É por importância que será contextualizado no próximo tópico, não somente a relação da Gravadora *Chantecler* com o cantor José Augusto “Sergipano”, como também, a relação de ambos com a indústria da música.

---

<sup>17</sup> A Gravadora Continental possuía cinco selos: Selo Continental, Chantecler (que fora incorporada com a dissolução da Gravadora Chantecler e assim passou a gerenciar os direitos autorais da antiga gravadora), Phonodisc, Musicolor e Gravasom. Seu escritório ficava na cidade de São Paulo, a fábrica na cidade do Rio de Janeiro e possuía um dos maiores elencos do Brasil, naquela época. Fonte: GIRA BRASIL disponível em: <<https://www.girabrazil.com.br/single-post/2016/12/30/As-antigas-gravadoras-no-Brasil>> Acesso em julho de 2017.



### 1.3 A Gravadora *Chantecler*, José Augusto “Sergipano” e a indústria da música

É importante ressaltar que na indústria da música, se estabelece uma grande rede de produção e distribuição para o consumo de produtos culturais. No caso da música gravada como um desses produtos, as gravadoras *majors*<sup>18</sup> e as independentes, sendo a *Chantecler* uma das representantes desta última categoria, aparecem como protagonistas, encarregadas pela produção e venda de gravações em seus vários formatos. Além do uso dos meios de comunicação de massa para divulgação, no início, com uma forte expressão do rádio e posteriormente a entrada da televisão, sem esquecer da mídia impressa.

O início da década de 1970 marcou o aumento progressivo da produção e do consumo de discos no Brasil, que se prolongou ainda ao longo da década. Segundo Ferreira (2013), o mercado teve um crescimento considerável de 7% no mesmo ano, 19% no ano seguinte, e mais de 26% no primeiro semestre de 1972. O autor ainda reforça que: “No ano seguinte, a ABPD confirmou tais informações ao divulgar dados que apontavam o crescimento nas vendas do setor entre 1965 e 1972 de 400%” (FERREIRA, 2013, p. 37) e conclui que com taxas progressivas, o faturamento das empresas fonográficas cresceu em 1.375% entre 1970 e 1976 (IDART, 1980 *apud* ORTIZ, 1999, p. 127 *apud* FERREIRA, 2013).

A Tabela 1 indica o aumento do volume de vendas entre 1970 e 1979 que cresceu de 17 milhões para 52 milhões de discos comercializados por ano.

**Tabela 1– Vendas de discos (em milhões de unidades) entre 1970 e 1979**

ANO	LPS	COMPACTO SIMPLES	COMPACTO DUPLO	FITAS	TOTAL
1970	7.3	7.4	2.1	0.2	17.0
1971	8.7	8.6	2.8	0.5	20.6
1972	11.6	9.9	2.6	1.0	25.1
1973	15.3	10.1	3.2	1.9	30.5
1974	16.2	8.3	3.6	2.9	31.0
1975	17.0	8.1	5.0	4.0	34.1
1976	24.5	10.3	7.1	6.5	48.4
1977	19.8	8.8	7.2	7.3	43.1
1978	23.8	11.0	5.9	8.0	48.7
1979	26.3	12.6	4.8	8.3	52.0

Fonte: Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD *apud* VICENTE, 2006, p. 115 *apud* FERREIRA, 2013)

---

<sup>18</sup> Grandes Gravadoras como: EMI Music; Indie Records, SONY BMG Music, Universal Music, Warner Music e Som Livre.

No Brasil, vale ressaltar que as grandes gravadoras (*majors*), até a década de 1940, desenvolviam todas as etapas da cadeia produtiva da música, com uma estrutura própria de maneira vertical, com isso, concentrava os recursos produtivos, tornando mais difícil a entrada de novos concorrentes, pois estes teriam que ter também os recursos necessários à produção, que eram muito caros. Bandeira (2007) define uma estrutura relacionada às grandes gravadoras:

As grandes gravadoras possuem uma estrutura altamente hierarquizada, verticalmente estabelecida. As companhias são configuradas em diversos setores, onde a departamentalização sugere a noção de fordismo sob o ponto de vista da cadeia de produção industrial de discos. Isto implica uma resignificação da própria ideia de produção musical, através de uma visão essencialmente empresarial da música, onde a noção de que a obra não passa de um produto a ser formatado, embalado, comunicado e comercializado é recorrente (p.7).

O movimento de “desverticalização” da cadeia de produção musical teve início na década de 1950, com o crescimento do mercado fonográfico e a redução dos custos de produção (tanto na gravação como na fixação dos conteúdos em suportes físicos), como ressalta Nakano (2010). Surgiram, assim, as primeiras gravadoras independentes, entre elas a *Chantecler*, em 1958, a partir de uma parceria com uma empresa internacional – a gravadora RCA, como mais um investimento do grupo paulista Cássio Muniz S/A, e que contava com três selos para os discos LPs (VICENTE,2010), sendo um deles destinado às músicas populares, caso do Cantor José Augusto “Sergipano”. A expressão francesa *chant clair* (“voz clara”) serviu de origem para o nome *Chantecler* e foi escolhida para o seu logotipo a imagem de um galo (Figura 15).

**Figura 15 - Logotipo da Gravadora Chantecler**



Fonte: <<https://sarantakos.wordpress.com/2011/07/28/chentecler/>>. Acesso em: julho de 2016.

Segundo Nakano (2010), o crescimento desse mercado se deve à retomada da economia no pós-guerra, bem como a redução dos custos de produção, que foi impulsionada pelo desenvolvimento da tecnologia. O autor reforça ainda que essas primeiras “gravadoras independentes” se valeram da facilidade de entrada no mercado proporcionada pela tecnologia aplicada aos processos de produção e logo começaram a explorar novos gêneros musicais, não aproveitados pelas *Majors* (grandes gravadoras), como no caso do Cantor José Augusto “Sergipano”, entre outros artistas.

Foi dessa forma que algumas gravadoras independentes se estabeleceram e se consolidaram no mercado, com uma imagem ligada a nichos de mercado e à exploração de determinados gêneros musicais.

A gravadora paulistana *Chantecler* surgiu em 1958 a partir de uma parceria com uma empresa internacional – a gravadora RCA, tornando-se mais um investimento do grupo paulista Cássio Muniz S/A, que atuava já a algum tempo no ramo comercial. Entre as suas atividades estava a representação e a distribuição de alguns equipamentos (em sua maioria) importados no Brasil, a exemplo de toda a linha de discos e equipamentos eletrônicos da RCA-Victor (toca-discos, rádios e televisores), uma vez que, contava com uma rede de representantes espalhados pelo país que distribuíam esses equipamentos (VICENTE, 2010, p.82).

A empresa Cássio Muniz S/A – *Chantecler*, tornou-se “independente” em relação à produção artística e passou a produzir seus próprios discos e distribuí-los, abrindo mão da distribuição pela RCA.

No início de suas atividades, contava com três *selos*<sup>19</sup> para os discos LP (*Long Play*). Um selo destinado à música clássica, outro selo com a sigla CMG (Cássio Muniz Gravações), destinado às músicas populares e o terceiro selo que era o PTJ, voltado para o chamado “gênero sertanejo”, que significava Palmeira (da dupla sertaneja *Palmeira e Biá*); Teddy e Jairo – referindo-se aos diretores da gravadora: Diogo Muleiro (o “Palmeira”), Teddy Vieira e Jairo de Almeida.

Ao longo dos anos de 1960 e 1970, a *Chantecler* teve um papel fundamental na formação de artistas ligados a segmentos tão pouco aproveitados pelas grandes gravadoras (*Majors*), especialmente o sertanejo, a música regional e a música romântica tradicional, gênero no qual concentrava-se o cantor José Augusto “Sergipano”. Aliás, o selo PTJ surgiu com a

---

<sup>19</sup> A palavra *selo* geralmente é empregada para se referir à gravadora independente ou à pequena gravadora. A gravadora explora comercialmente o fonograma através da venda ou do licenciamento. As responsabilidades da gravadora são de financiar a gravação e promover o produto fonográfico ou vídeo fonográfico (SALAZAR, 2015).

proposta de revelar novos talentos e conseguiu se estabelecer na década seguinte, lançando músicos populares, não aproveitados por outras gravadoras.

Em 1970, ocorreu a separação da *Chantecler* e do *Grupo Cássio Muniz*, que atravessava nessa época, um período delicado, com a perda das representações de importantes empresas internacionais, tornando-se cada vez mais limitada ao mercado de varejo (VICENTE, 2010, p. 84).

Nesse período a gravadora chegou a distribuir no Brasil o catálogo da MCA,<sup>20</sup> mesmo assim, enfrentava problemas na sua administração, de modo a não conseguir sanar uma crise financeira, o que resultou na sua venda, em 1972, para a gravadora *Continental*<sup>20</sup>. Com foco no gênero regional, teve em seu elenco nomes como: Waldick Soriano, Tonico e Tinoco, Demônios da Garoa, além de artistas já consagrados como o cantor Reginaldo Rossi.

No final dos anos de 1970, em virtude da crise econômica, a *Continental* integrou a *Chantecler* à sua empresa. Assim, a *Chantecler* deixou formalmente de existir transformando-se em apenas mais uma marca (selo) da *Continental*, que por sua vez, foi adquirida posteriormente pela *Warner Music do Brasil*, em 1994. Esta ao relançar alguns discos do catálogo da *Chantecler*, acabou por não resgatar o nome da Gravadora. (VICENTE, 2010).

A *Chantecler* foi a grande responsável pela carreira de José Augusto “Sergipano”. As Tabelas 2 e 3 apresentam a discografia completa do artista, incluindo tanto em Compactos quanto em LPs:

**Tabela 2 - Discografia cronologicamente representada em Compactos**

Ordem	Título – Capa do Disco ( <i>Compacto</i> )	Ano	Gravadora
1º	Se é Destino	Indisponível	<i>Chantecler</i>
2º	Se Choras, Se Ris / Nosso Erro	Indisponível	<i>Chantecler</i>
3º	Beijo Gelado	1964	<i>Chantecler</i>
4º	Sombras / Já viu	1965	<i>Chantecler</i>
5º	A Bondade de Deus	Indisponível	<i>Chantecler</i>
6º	Mentira Piedosa / A Arca De Noé	1970	<i>Chantecler</i>
7º	Beijo Gelado / Sombras	1974	<i>Chantecler</i>
8º	Aliança Jogada	1977	<i>Chantecler</i>
9º	Amor Proibido	Indisponível	<i>Chantecler</i>
10º	Sombras Nada Mais	1980	<i>Continental</i>

Fonte: Elaboração própria.

<sup>20</sup> Foi fundada em 1929 como Byington & Cia. representando a norte-americana Columbia. Ao final do acordo, em 1943, mudou o nome oficial para Gravações Elétricas S.A. e adotou o selo Continental para visibilidade da marca até ser vendida em 1993 para a Warner. Chegou a ser a maior empresa nacional do setor, gravando artistas populares ligados ao samba e aos gêneros regionais (Vicente, 2006).

**Tabela 3 - Discografia cronologicamente representada em LPs**

ORDEM	TÍTULO – CAPA DO DISCO (LP)	ANO	GRAVADORA
1º	JA - O Novo Ídolo	1964	<i>Chantecler</i>
2º	O Cantor Galã	1965	<i>Chantecler</i>
3º	Prova de Amor	1965	<i>Chantecler</i>
4º	Êxitos Del Brasil	1965	<i>Chantecler</i>
5º	Dois Corações e um Destino	1965	<i>Chantecler</i>
6º	José Augusto	1966	<i>Chantecler</i>
7º	Preciso de Alguém	1967	<i>Chantecler</i>
8º	Momento Feliz	1968	<i>Chantecler</i>
9º	Prece de um Rapaz Apaixonado	1969	<i>Chantecler</i>
10º	Os Grandes Sucessos	1969	<i>Chantecler</i>
11º	Só Pertença a Você	1970	<i>Chantecler</i>
12º	Valor de um Coração	1971	<i>Continental</i>
13º	Prece de Amor e Paz	1971	<i>Continental</i>
14º	José Augusto	1973	<i>Continental</i>
15º	Os Grandes Sucessos	1975	<i>Chantecler</i>
16º	José Augusto	1976	<i>Chantecler</i>
17º	Aliança Devolvida	1978	<i>Chantecler</i>
18º	Abraça-me	1980	<i>Continental</i>
19º	Os Grandes Sucessos vol.2	1980	<i>Continental</i>

Fonte: Elaboração própria.

Dessa forma, fica evidente a importância de gravadoras independentes da época, como a *Chantecler*, especialmente pela documentação da música popular brasileira, com registros de trabalhos de artistas populares, vinculados a segmentos regionais, caso do cantor José Augusto “Sergipano”, num momento em que as grandes empresas (*majors*) pouco ou quase não consideravam a existência desse segmento de mercado.

Por conta disso, é válido o esforço no sentido de buscar compreender como está sendo realizada, sobretudo, de forma participativa na internet através de fãs e/ou de pessoas que tenham algum tipo de interesse em divulgar conteúdos relacionados, a preservação da memória desses artistas (suas obras, carreiras e história), já que podem corresponder a uma fonte de informação, além de servir de apoio para a cultura, seja de um povo, ou de uma região, e não apenas localmente, como também, de forma mais abrangente, principalmente com o advento das TIC, com o uso da internet para esses fins.

Diante de tal quadro conjuntural, cabe tomar como exemplo, o cantor Nordestino Luiz Gonzaga (1912-1984), considerado o “Rei do Baião”, por ter sido fundamental para que o “baião” se tornasse, a partir da década de 1940, um segmento da indústria fonográfica e também conhecido não só no Brasil como em vários países no exterior (CÔRTES, 2014).

Vale frisar que no próprio país, alcançou outras regiões como o Sul e o Sudeste, em cidades que passaram a conhecer, através da música, elementos da cultura nordestina (características peculiares da região: linguagens, danças, costumes, etc.) e devido a sua forte representatividade artística e das suas obras que simbolizavam temas como: o “sertão”, e outros elementos já citados sobre o nordeste, mantém viva a cultura nordestina tão referenciada durante a sua carreira, e que perpetua-se até hoje. Talvez porque a sua memória esteja sendo preservada? Por que esteja sendo mantida por um tipo de “inteligência coletiva” (JENKINS, 2008), a partir da disponibilização e do compartilhamento de arquivos, do acesso aos seus registros e obras, principalmente com o aporte da Internet, seja no uso de plataformas sociais como: o YouTube e o Facebook, bem como *blogs*, nos quais a “cultura participativa” (JENKINS, 2008) aparece com fundamental importância nesse processo.

Portanto, a memória se apresenta como alicerce para a construção e manutenção de princípios norteadores tanto para o presente como para as futuras gerações e nos traz ainda, um ponto de reflexão sobre como pode ser culturalmente relacionada à sociedade e de que forma ainda, pode ser mantida, preservada, com o uso especialmente da internet, meio de comunicação que propicia tal prática por sua abrangência e alcance, também foco dessa análise, especialmente, sobre a análise da cultura participativa de pessoas consideradas “fãs” ou não, que se apropriam de recursos da internet para: produzir, consumir, propagar e interagir. Temas que serão discutidos no próximo capítulo junto com os conceitos de memória cultural e a relação entre preservação da memória e internet.

## **CAPÍTULO II –CULTURA PARTICIPATIVA E O PAPEL DOS FÃS NA PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA CULTURAL ATRAVÉS DA INTERNET**

*“Querida, as maiores provas de amor, que se pode dar, é respeitar uma memória, é uma saudade cultivar”.*

*(José Augusto Sergipano)*

Os estudos sobre a memória, sobretudo aqueles com ênfase no aspecto cultural, têm tido grande importância para o saber humanístico e vêm conciliando, especialmente, três funções: a de preservação do acervo cultural das sociedades; a de educação ética e estética dos indivíduos e a de interpretação do passado para servir de modelo norteador para o presente e o futuro. Portanto, a transmissão de conhecimentos, bem como a própria formação da cultura, depende também da sua preservação, especialmente, quando realizada de forma colaborativa, com a participação do indivíduo ou grupo, que tem em suas mãos, através de ferramentas comunicacionais disponíveis, a possibilidade de manter a memória e propiciar a construção do conhecimento de um povo com base em experiências do passado, uma vez que: [...] a importância de preservar informações em quaisquer tipos de suporte provém da necessidade de resguardar o passado, no intuito de entender o presente e fazer prospecções ao futuro com base nas experiências vivenciadas anteriormente (MENDES; SANTOS e SANTIAGO, 2010, p.2).

Nas estruturas de uma sociedade, diversos fatores que formam a sua cultura, podem ser percebidos com o passar do tempo, de tal modo que a palavra cultura, deve ser interpretada como uma resultante da sociedade e deve ser percebida como objeto da coletividade humana. Nesse sentido, argumenta Reisewitz (2004): [...] onde há ser humano há cultura. Onde quer que o ser humano toque, o que quer que faça, está a modificar a realidade e a si próprio e, assim, que interfere no mundo natural ou dele participa, está a criar um mundo cultural (REISEWITZ, 2004, p. 81).

A cultura é, portanto, fruto da sociedade e resultante das interações entre o coletivo e o indivíduo. Neste contexto, a trajetória artística do cantor José Augusto “Sergipano” não se restringe às suas realizações individuais, mas insere-se num âmbito mais amplo, cujo exame

pode permitir a compreensão dos mecanismos que levam à preservação da memória ou ao esquecimento.

O desenvolvimento da *web* possibilitou a criação de plataformas e redes sociais digitais que vêm atuando como ferramentas capazes de interferir nesse processo de preservação da memória, a exemplo do Facebook – atuando de forma integrada com outros *sites* e internautas; do YouTube – através do compartilhamento de vídeos e dos *blogs* – que se destacam pela facilidade de manuseio e os recursos de interação.

Indivíduos que admiram seus ídolos assumem o papel de fãs, e encontram na internet espaço para postar, compartilhar, discutir, homenagear e agregar valor à trajetória de determinados artistas. Derivada da expressão inglesa *fanatic* (fanático), o fã (*fan*) tem assumido um papel cada vez mais significativo na produção cultural, quer seja como um intermediador da relação entre público e indústrias culturais, quer seja como um mantenedor de uma história de vida, uma carreira, uma conjuntura artística, transformando-se num dos atores centrais da chamada cultura participativa.

Estudos a este respeito foram realizados de modo sistemático, ao longo de mais de uma década, por Jenkins (2008), que, considerando a internet como principal meio para o desenvolvimento de uma cultura participativa, rediscute a posição do fã.

No campo da sociologia, Maurice Halbwachs (2006), sociólogo da escola durkheimiana, Jan Assman (2005 e 2008b) e Aleida Assmann (2008, 2011 e 2011b), no âmbito dos Estudos Culturais<sup>21</sup>, ao estudarem a memória coletiva, legaram um valioso conhecimento para a análise que se empreende ao logo desta pesquisa.

Tanto Jenkins (2008) quanto Jan Assman (2005 e 2008b) e Aleida Assmann (2008, 2011 e 2011b), inserem-se no rol dos chamados Estudos Culturais.

Os Estudos Culturais constituem-se num importante campo para a compreensão dos significados da memória cultural, tendo o seu surgimento alinhado a transformações na esfera da cultura, como explica Aleida Assmann:

[...] os Estudos de Cultura não surgiram de um método novo ou de uma crise teórica, constituem antes uma resposta à profunda mudança da sociedade e à nova (des) ordem mundial. Isso explica, por um lado, a razão pela qual os Estudos de Cultura se desenvolveram em diversas partes do mundo e, por outro, porque não produziram um paradigma homogêneo. Não é a expansão de uma escola teórica nem a vitória de um novo método que são responsáveis pelo seu nascimento, mas a própria transformação das culturas e as novas questões e exigências que estas mudanças também apresentam aos Estudos Literários (ASSMANN, 2008b, p. 14).

---

<sup>21</sup> Sobre as origens e os fundamentos dos Estudos Culturais ver Escosteguy (2006), entre outros.



Tais estudos apresentam-se de forma multidisciplinar, envolvendo vários campos (Sociologia, História, Filosofia, etc.), e desenvolveram-se em virtude da transformação das culturas e das novas questões e exigências que estas transformações apresentaram, numa forma de resposta às mudanças da sociedade.

Cabe notar que José Augusto “Sergipano” viveu um momento de profundas transformações culturais no país: a passagem da “época de ouro do rádio” para a era da televisão (que chegou ao Brasil em 1950); a ampliação do espaço para a música popular brasileira; a profissionalização da indústria da música, com o surgimento de gravadoras comerciais – *majors* – e independentes, como a *Chantecler*, na qual gravou quase que inteiramente a sua produção e, ainda, durante o processo de profissionalização do segmento artístico no país.

O cantor, entretanto, faleceu antes do processo de reconfiguração da indústria fonográfica e do surgimento da *web*, mas, muito embora não tenha tido acesso ao movimento decorrente da popularização da internet, a sua presença na rede tem sido garantida, por vezes intensificada, pela atuação de fãs e de pessoas com algum tipo de interesse, fato que será analisado no terceiro capítulo. As possibilidades de distribuição/compartilhamento nascidas no bojo da internet vêm encontrando nas ações dessas pessoas (fãs ou não) de José Augusto “Sergipano” um significativo mecanismo de preservação da sua memória.

Cabe ressaltar que, existe também um movimento dos próprios donos de *sites* e plataformas no sentido de atrair público, razão pela qual terminam por disponibilizar informações, músicas e letras de música não no sentido de sua admiração pelos artistas, mas, fundamentalmente, para alavancar o tráfego em seus espaços e permitir maior rentabilidade através da publicidade.

Os debates que os estudos sobre a cultura e a memória proporcionam à sociedade constituem-se num importante referencial para a presente pesquisa, como se pretende apontar a seguir.

## 2.1 Cultura, Memória e Internet

“Cultura é memória”, de acordo com Iuri Lotman (1979)<sup>22</sup>. O autor considerava a cultura de uma sociedade como responsável por fornecer os “filtros” através dos quais os indivíduos realizam suas escolhas, exercendo, assim, seu poder de seleção sobre aquilo que será

---

<sup>22</sup> Iuri Lotman foi um semiótico e historiador cultural soviético, da Estônia, que construiu sua carreira na Universidade de Tartu. Fundador da Escola de Tartu-Moscou de semiótica da cultura, que considera a cultura, antes de qualquer coisa, uma *inteligência coletiva* ou memória coletiva (MACHADO, 2003).

esquecido ou mantido, aquilo que poderá servir como uma informação importante e/ou como uma experiência de valor para decisões futuras. Podem ser, tanto decisões de caráter individual quanto de caráter coletivo, que poderão vir a influenciar o rumo da história.

Iuri Lotman integrava a Escola de Tártu-Moscou (ETM), junto com outros pesquisadores com interesse no papel da linguagem em variadas manifestações culturais, que, até então, se concentrava na Linguística e na Literatura. Os pesquisadores da ETM entendiam a cultura como linguagem e por sua vez, compreendiam a linguagem como “[...] o elo que une domínios diferentes da vida no planeta” (MACHADO, 2003, p. 25). Por isso, dedicaram-se a procurar compreender toda e qualquer linguagem e/ou formas de expressão, sendo estas transmitidas em sistemas de significados de diferentes naturezas como: o gestual, o visual, o sonoro, o arquitetônico, por exemplo, mas que transcendem à esfera do social e envolvem todos os aspectos da vida (VELHO, 2009, p. 250). A autora ainda ressalta:

Para a ETM, cultura é memória não-genética, um conjunto de informações que os grupos sociais acumulam e transmitem por meio de diferentes manifestações do processo da vida, como a religião, a arte, o direito (leis), formando um tecido, um “continuum semiótico” sobre o qual se estrutura o mecanismo das relações cotidianas (VELHO, 2009, p. 250).

Depreende-se daí que a cultura vai “adaptando” a dinâmica da vida social, levando em consideração todos os elementos que podem influenciar coletivamente no aspecto da “consciência” do grupo, convertendo acontecimentos em conhecimento. E, por sua vez, através da memória, dar continuidade ao processo de transmissão desse conhecimento para gerações futuras, sobrepondo-se, portanto, ao tempo. A esse respeito, Assmann (2008b) pontua que:

A memória é um fenômeno social, e na medida em que recordamos, não só descemos às profundezas de nossa vida interior mais própria, mas introduzimos nesta vida (interior) uma ordem e uma estrutura que estão socialmente condicionadas e que nos ligam ao mundo. Toda consciência está mediada pelo social (ASSMANN, 2008b, p. 18).

Para Assmann (2008b), as recordações mais pessoais têm seus vínculos sociais, pela ordem e estrutura social às quais estão condicionadas e que nos ligam ao mundo, ou seja, a consciência é mediada pelo social, num processo de ordenação daquilo que nosso cérebro e suas funções neurais preservaram.

É importante também considerar os estudos de Le Goff (2003), nos quais o autor ressalta que a memória transcende o corpo e o cérebro de um indivíduo, uma vez que, a memória: “[...] Como propriedade de conservar certas informações, remete-se em primeiro lugar a um conjunto

de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas [...] a memória liga-se também à vida social” (LE GOFF, 2003, p. 366).

Neste sentido, olhar para a trajetória de José Augusto “Sergipano” significa olhar para uma memória constituída pelo percurso de um artista que migra para o eixo Rio-São Paulo para, naquele momento, poder viabilizar a sua carreira; e chegando lá, busca inicialmente trabalho em uma empresa para paralelamente cantar, em função das dificuldades para sobreviver apenas da música; empregando-se na *Chocolates Lacta*, empresa, que investia e patrocinava programas de rádio e cujo dono, Ademar de Barros, era também político e ligado à mídia<sup>23</sup>.

Analisar a trajetória de José Augusto “Sergipano” significa lançar/relançar um olhar sobre o passado, sobre a memória cultural do Brasil.

Os estudos sobre a memória cultural (ASSMANN, 2011) surgiram e se expandiram pelo mundo a partir da década de 1980. Mas antes disso, em 1925, Maurice Halbwachs, implantou o campo de estudos da memória através de sua obra “*Os quadros sociais de memória*”, norteando suas observações em relação a memória como fator de coesão dos grupos sociais.

Por isso, os estudos contemporâneos sobre a memória cultural pautam-se no pressuposto do autor, para quem, é necessário considerar a realidade dinâmica, em que os objetos estão sempre em movimento, provocando transformações constantes, orientados pela observação de como o presente e o passado relacionam-se, dentro de um contexto sociocultural em constante mutação.

Assmann (2008), por sua vez, discutiu o conceito de memória cultural, estruturando-o como “[...] uma forma de memória coletiva, no sentido de que ela é compartilhada por um número de pessoas, e que isso transmite a essas pessoas uma identidade coletiva, isto é, cultural” (ASSMANN, 2008, p. 110).

A partir desse caminho teórico-argumentativo, desenvolvido pelos autores Jan Assmann e Aleida Assmann, evidencia-se a inter-relação das bases neural, social e cultural da memória e sua influência na dinâmica de adquirir saberes e aprendizados, bem como preservar esses saberes para a sociedade, o que “[...] inclui aspectos inconscientes de transmissão e da transferência, ao longo das gerações” (ASSMANN, 2005, p. 26).

Da mesma forma que a concepção de cultura apresentada por Lotman (1979) reconfigura a possibilidade de mudança produzida pela tensão entre o que é esquecido e o que é lembrado, a memória da cultura não foge da complexidade que essa tensão causa. Ela permite

---

<sup>23</sup> Ademar de Barros era, à época, dono da Rádio Bandeirantes, além de um dos apoiadores da criação da TV Bandeirantes, fundada por seu genro João Jorge Saad (1967).

construir uma imagem narrativa do passado, preservar a herança simbólica institucionalizada, a qual o indivíduo recorre para se afirmar como parte de um grupo e, através desse processo, desenvolver a sua própria identidade.

Neste sentido, Michael Pollak (1992) defende que a memória, ao mesmo tempo em que é seletiva, também é um elemento construído, ou seja, não lembramos de tudo, porém lembramos daquilo que nos marcou e/ou daquilo que nos leva ao que nos marcou, num processo constante de reforço da identidade. Para Pollak:

[...] a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si” (POLLAK, 1992, p. 204).

É importante destacar que alguns autores distinguem memória de lembrança. Segundo Bosi (1979, p. 15), lembrança “é a sobrevivência do passado”, é por meio dela que o passado pode ser recontado e eternizado, e é possível, ainda, recriar o presente na medida em que “[...] a memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no processo ‘atual’ das representações” (BOSI, 1979, p. 9).

Cultura e memória são conceitos que foram ressignificados com o advento da internet, encontrando no ambiente digital outros patamares de discussão. O ritmo de vida acelerado em grande parte da sociedade contemporânea, junto com o acesso e a velocidade dos meios de comunicação (atravessados por constantes mudanças tecnológicas), coloca o indivíduo frente a uma quantidade “excessiva” de informações por um lado e de forma “escassa” por outro, fazendo com que se depare com uma nova realidade temporal num contexto social em que as pessoas estão ao mesmo tempo em “todo lugar” e em “nenhum lugar”, num “mundo virtual”, conectadas através de uma rede de computadores, o que demonstra uma outra dinâmica social, notadamente influenciada pela tecnologia de base microeletrônica.

Diante desse cenário, desenvolvido a partir da Terceira Revolução Industrial<sup>24</sup>, e que vem se consolidando com o progressivo desenvolvimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação - TIC, a memória se destaca como um tipo de “âncora” para as reflexões e também pela sua própria função na construção do conhecimento (ANDRADE e DODEBEI, 2014, p.18).

---

<sup>24</sup> A Terceira Revolução Industrial, também chamada de Revolução da Informação, teve curso a partir da segunda metade do século XX.

A “obrigação” de consumir a informação acarreta problemas de ordem crítico-reflexiva, afetando a “capacidade seletiva”, que, segundo Von Simson (2000) “[...] é o poder de separar aquilo que deve ser preservado, como lembrança importante, daqueles fatos e vivências que podem e devem ser descartados”. A autora enfatiza que a memória “[...] é a capacidade humana de reter fatos e experiências do passado e retransmiti-los às novas gerações através de diferentes suportes empíricos (voz, música, imagem, textos, gestos, etc.) ” (VON SIMSON, 2000).

Por essa perspectiva, entendemos que a memória pode alimentar uma Indústria Cultural que visa satisfazer os desejos dos consumidores. Por outro lado, de um ponto de vista mais lúdico, dialético e crítico, não devemos esquecer que a Indústria Cultural “ameaça” a memória, consequentemente a cultura “[...] ora pela limitação rígida das informações, ora por oferecê-las em uma enxurrada excessiva” (ASSMANN, 2011, p.231).

Historicamente, livros, discos e outros suportes físicos foram alguns dos meios de contato com a memória cultural. Com as TIC e a internet, as “plataformas sociais” (*sites* de redes sociais) ganham maior visibilidade, e os suportes físicos vão sendo substituídos por ambientes virtuais. O consumo da música, por exemplo, como ato cultural, transforma essas plataformas em verdadeiros “espaços” de construção e/ou mantenedores do conhecimento, da cultura, assumindo a função de “moldar” a cultura no sentido proposto por Velho (2009).

É neste cenário que o pesquisador localiza o cantor José Augusto “Sergipano”. Ele também foi um produto cultural da indústria da música, num determinado período, sobretudo durante o auge de sua carreira. Atualmente, considerando as perspectivas atuais, em que o compartilhamento da memória é tanto uma forma de controle temporal, quanto de estímulos, sejam eles de caráter social, econômico, ou para qualquer outra finalidade, a memória cultural do cantor tem sido preservada através da internet, num processo fundado na ação de seus fãs, que veem na internet um meio potencialmente importante para a preservação de sua trajetória e para a difusão de suas obras.

Entretanto, Canavilhas (2004) pontua que “Apesar da inegável possibilidade de a Internet funcionar como uma memória coletiva de cariz global e imediato há pelo menos quatro características identificadas por Gordon Bell<sup>25</sup>, que podem constituir um obstáculo à utilização da Internet como memória”: dúvidas sobre a longevidade do suporte, dificuldade de acesso,

---

<sup>25</sup> Gordon Bell foi o criador do projeto *MyLifeBits*, experimento desenvolvido em parceria com a Microsoft, a partir da ideia de *lifelogging*, ou seja, através da captura e do armazenamento do maior número possível de dados da vida de uma pessoa, ou de um grande período de sua vida, por intermédio de gravações de áudio, vídeo, escaneamento de documentos, e-mails, cartas e monitoramento das condições de saúde. Para maiores detalhes ver Microsoft (2001).

limitação das ferramentas de pesquisa para informação não textual e problemas de usabilidade (BELL *apud* CANAVILHAS, 2004). Nenhum desses obstáculos, entretanto, até o momento, vem se constituindo, de fato num empecilho para que a internet funcione como um mecanismo capaz de preservar a memória, mesmo por que, os pontos ressaltados por Bell e Canavilhas (2004), tem sido objeto de constante reformulação de base tecnológica, o que faz com que sejam superados os impedimentos inicialmente indicados.

É necessário, portanto, ter em mente que a internet está sujeita a condicionantes de ordem tecnológica (mudanças de *hardware* e de *software*; volatilidade do meio) e social (interesses dos *players* da indústria cultural; conjunturas políticas e econômicas; interesses pessoais e coletivos), que, em maior ou menor grau, impactam a indústria da música, como se pretende analisar a seguir.

## **2.2 Ferramentas da Internet e a Indústria da Música**

A Internet pode ser considerada a principal revolução do século XX, pois vem permitindo uma nova forma de interação do indivíduo com o mundo. Considerada revolução, não somente porque as novas tecnologias possibilitam um maior acesso às informações, de maneira global e instantânea, mas também porque possibilita uma maior interação entre seus utilizadores, substituindo a passividade das pessoas em relação aos outros meios de comunicação em épocas anteriores, a internet, merece de Recuero (2009) a seguinte ponderação:

O surgimento da internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais (RECUERO, 2009, p. 119).

A internet também desenvolveu uma nova forma de relacionar o tempo ao espaço. O processo de comunicação que era principalmente unilateral passou a permitir a interação bidirecional, dando forma ao “ciberespaço”, definido por Pierre Lévy (1996, p. 95) como “[...]o espaço de comunicação aberta pela interligação mundial dos computadores e das memórias informáticas”, redefinindo, assim, as relações entre os indivíduos. Essa integração dos indivíduos no espaço virtual, garante além do acesso às informações, a manutenção do fluxo comunicativo, retroalimentando informações, e até mesmo, ajudando a construí-las. A esse respeito, Worcman afirma que:

A Internet, além de garantir acesso ao acervo, é o instrumento que permite que as pessoas não sejam apenas receptoras da informação – mas tornem-se agentes de sua própria história e/ou da comunidade em que vivem. Por meio da Internet, as próprias pessoas escrevem suas histórias. Por meio da Internet, os indivíduos, os grupos, as instituições e as empresas passam a fazer parte de uma comunidade maior. Suas histórias deixam de ser suas e passam a ser de todos. Isto é, de fato, integração (WORCMAN, 2002, *apud* HENRIQUES, 2004, p. 145).

Essa nova existência no ciberespaço, possibilita aos atores sociais a possibilidade de uma maior comunicabilidade com o mundo, podendo, assim, não somente produzir as informações, como também compartilhá-las, por meio de ferramentas advindas da internet (*blogs*, redes sociais, etc.). Além disso, possibilitam também a construção coletiva de um determinado conteúdo, tornando-o “[...] um objeto comum, dinâmico, construído (ou, pelo menos alimentado) por todos aqueles que o usam” (LÉVY, 1996, p. 122).

A internet assume, portanto, o papel de um grande “mural de troca de experiências” (HENRIQUES, 2004) com a capacidade de interação e construção coletiva de conhecimentos, que podem ultrapassar a barreira do tempo, tornando-se princípios norteadores para as gerações futuras, além de servir também como base cultural para a sociedade contemporânea.

Se pensarmos hoje na Música, podemos considerá-la uma atividade que pode ser produzida dentro de casa, apenas com o uso do computador e o acesso à internet, posto que a circulação também não precisa mais passar por canais de comunicação de massa – televisão, rádio – para alcançar um grande público.

Através de serviços de busca (Google, Yahoo. Bing) é possível encontrar o artista ou a música desejada, interagir com o público através de fóruns, *sites* de rede social, e estabelecer relações de troca de informações, em que pese aqui a complexa questão dos direitos autorais.

Por meio de *sites* de rede social, uma nova lógica de consumo se estabelece: os artistas, em alguns casos, passam a ser seus próprios produtores e o público ganha mais autonomia, acessando, interagindo e compartilhando os produtos disponíveis.

Herschmann e Albornoz (2009), ao analisarem as principais transformações na indústria da música na contemporaneidade, concluíram que as principais mudanças ocorridas ou ainda em curso são:

- a) O setor musical revela-se um interessante estudo de caso para analisar as mudanças que podem abranger em breve ao resto das indústrias culturais;
- b) As mudanças sofridas pelo business musical a partir de sua completa digitalização desembocam num cenário instável a nível tecnológico, econômico e social;
- c) Mobilizados pelo medo de perder o controle do negócio, os principais atores do mercado fonográfico vêm atuando junto às instituições gestoras de direitos autorais para defender o tradicional modo de funcionamento do setor;

- d) A breve história de web sites de grande sucesso cuja base reside em comunidades numerosas de usuários que compartilham gostos e interesses, sinaliza mudanças que devem ser estudadas mais detalhadamente;
- e) Existe um gap entre as práticas sociais de significativos segmentos dos consumidores de conteúdos musicais e os interesses comerciais das principais companhias;
- f) Há um significativo número de Estados que vem resguardando - através de ações legislativas, judiciais (e policiais) – os interesses corporativos do setor musical (e do entretenimento) (p.11).

Entre as conclusões listadas, os autores ressaltam que o compartilhamento de gostos e interesses através da internet deve se constituir num objeto de estudo mais densamente analisado, posto que se encontram no cerne das principais mudanças ocorridas na indústria da música.

Percebe-se, portanto, que a área da música encontra na internet diversas possibilidades, tanto no que diz respeito à produção quanto à divulgação desse conteúdo artístico, podendo ter um caráter profissional, através dos artistas ou gravadoras, visando com isso, fins comerciais e/ou de ordem lucrativa, ou de maneira amadora, por exemplo, no que tange à preservação da memória cultural de um determinado artista.

Estudos empreendidos por Amaral (2007) corroboram a hipótese de que uma série de ferramentas da internet vem estimulando a participação de comunidades (no presente caso, de fãs e de pessoas/usuários com interesses em divulgar e interagir com conteúdo de artistas):

Nesse sentido, observamos que o fortalecimento dos laços e relações online se dá por uma diversidade de plataformas que vão sendo construídas nos interstícios entre online e offline, nas afinidades entre os perfis que vão sendo desveladas ao adicionar e ser adicionado em uma comunidade, lista ou num comunicador instantâneo. Dessa forma, todos os participantes-usuários da cena assumem potencialmente e num determinado limite de espaço-tempo o papel de “crítico musical” e daquele que pode fazer as recomendações musicais a partir da subjetividade do gosto pessoal e das afinidades de gêneros musicais, não mais dependendo da mídia especializada para tais observações, mas sim optando pela coprodução através de espaços de recomendação e interesses (p. 240).

Tal fato, como já foi mencionado, vem acontecendo com José Augusto “Sergipano”, uma vez que tanto seus fãs “declarados” – aqueles que auto se intitulam a partir de seus comentários na redes sociais, ou até mesmo não declarados, como também os indivíduos com algum interesse neste tipo de conteúdo, mesmo de forma desordenada ou casual, vêm ampliando a presença do cantor na *web*, utilizando-se de ferramentas da internet, em especial, de *blogs*, da rede social Facebook e da plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube.



### 2.2.1. *Blogs* e redes sociais como vetores de preservação da memória cultural no campo da música.

*Blog* é uma abreviatura do termo inglês *weblog*.<sup>26</sup> Trata-se de uma página na Internet que permite que as pessoas escrevam sobre diversos assuntos de seu interesse, cujas postagens aparecem em ordem cronológica inversa, podendo vir acompanhada de figuras e sons, de forma dinâmica e que proporciona, ainda, a interação entre os internautas, principalmente na forma de comentários postados diretamente nos *blogs*. Evidencia-se, dessa forma, a possibilidade de socialização mediada por computador, como ressaltam Amaral, Recuero e Montardo (2009):

Independentemente de os blogs serem interpretados sob um viés estrutural, funcional ou como artefato cultural, eles consistem em suportes para a comunicação mediada por computador, ou seja, permitem a socialização on-line de acordo com os mais variados interesses (AMARAL, RECUERO, MONTARDO, 2009, p. 35).

Estruturas sociais acabam sendo constituídas em decorrência da apropriação dos *blogs*, em sua função comunicacional, e por consequência, das interações sociais, proporcionadas pelas ferramentas disponíveis como explicam Amaral, Recuero e Montardo (2009):

Outro aspecto decorrente da apropriação dos blogs enquanto ferramenta de comunicação é a constituição de estruturas sociais. Compreendendo os blogs como ferramentas de comunicação e, conseqüentemente, de interação social, diversos autores vão analisar os blogs a partir das redes sociais constituídas através das trocas de comentários e links (AMARAL, RECUERO, MONTARDO, 2009, p.36).

Os *blogs* passaram a ocupar um espaço significativo no âmbito cultural. Jenkins (2006b) destaca o papel dos *bloggers* (criadores e/ou administradores de *blogs*), na cultura participativa, destacando a sua função na democratização da produção cultural, ajudando a evitar a marginalização, a estigmatização e a predominância de atores indicados pelas indústrias culturais. O autor considera os *blogs* como a ilustração mais poderosa de como a cultura participativa impacta a mídia *mainstream*, fomentando o debate acerca da participação do público, da propriedade intelectual e do desenvolvimento de um novo ambiente de consumo midiático.

No que se refere à música, os *blogs*, e a internet como um todo, provocaram, no entender de Amaral (2007) uma reconfiguração do consumo de música. Ao realizar uma etnografia virtual das práticas comunicacionais da plataforma Last.FM, a autora pontua que a participação

---

<sup>26</sup> Termo criado em 1997 por John Berger e popularizado pela empresa de tecnologia *Pyra Labs*. Para mais informações ver: França (2008).

do público funciona como uma espécie de “[...] ‘moeda’ corrente para uma reputação online e offline que visa ao pertencimento naquele universo” (p. 228).

Ao longo desta pesquisa, uma série de *blogs* sobre o cantor José Augusto “Sergipano”, foram identificados, indicando que o pertencimento do cantor ao atual campo da música brasileira tem sido construído através da internet. De modo similar, José Augusto “Sergipano”, por intermédio de fãs e de pessoas com interesses relacionados ao seu conteúdo artístico, vem encontrando no YouTube espaço para a divulgação de seu trabalho.

Criado em junho de 2005, o YouTube é hoje a maior referência de compartilhamento de vídeos na internet, considerado o segundo servidor de buscas da internet, perdendo apenas para o Google e a segunda mais acessada rede social, depois do Facebook (Social Bakers, 2017). Algumas estatísticas do YouTube para 2016 mostram o engajamento de sua audiência: 1.325.000.000 de internautas, *upload* de 300 horas de vídeo por minuto; cerca de cinco bilhões de visitas diárias; mais de três bilhões de horas de vídeo assistidas por mês; tempo de permanência diária na plataforma superior a 40 minutos (YOUTUBE, 2017).

Com índices tão impressionantes o YouTube constitui-se num dos exemplos mais claros da cultura participativa.

Funcionando como distribuidor de conteúdo tanto do universo amador, quanto do *mainstream*, destaca-se pela forma como esse tipo conteúdo é disponibilizado, de maneira horizontal, ou seja, a veiculação de um vídeo não é uma decisão que, em geral, depende de uma hierarquia ou algum comando, já que é a partir de outros interessados que o vídeo é “passado adiante” e vai tornando-se mais relevante, conseqüentemente, cada vez mais é acessado, podendo ser visto, revisto, recomendado ou criticado de forma independente pelo internauta:

Na internet, há espaço para uma enunciação eminentemente amadora, pois se está diante de uma plataforma colaborativa e pretensamente democrática. A fruição do gênero solicita dos usuários um grau de intervenção diferenciado daquele observado num meio multimodal como a televisão: é possível ver, rever, recuar e avançar na visualização do vídeo, assim como responder a ele, recomendá-lo ou criticá-lo perante outros usuários. Assim, uma potencialidade hipermodal se desenha nesse tipo de produção, o que não seria possível num modelo convencional de televisão (COSTA, 2009, p. 8).

O YouTube oferece o serviço de hospedar o vídeo, na maioria dos casos, sem custo, o que amplia o acesso e viabiliza tanto a sua utilização como a propagação do que é compartilhado, destacando-se, principalmente, segundo Serrano (2009) em função de dois aspectos:

- i) pelo pioneirismo no processo de digitalização dos conteúdos audiovisuais, sendo este o primeiro a utilizar a compressão dos vídeos para o formato FLV (*Flash Video*

*format*) - que aumenta a compressão e reduz o tamanho do arquivo, potencializando a velocidade de transmissão de dados. ii) A interatividade. Já que seus mecanismos de resposta, permitem a submissão de várias formas de interação entre os usuários, entre eles: comentários, inscrições, receber notificações sobre novos conteúdos disponibilizados de determinado usuário, além da resposta aos vídeos já publicados (p.11).

A comunicação proporcionada pelas ferramentas desse *site* acaba incentivando a troca de informações e a circulação do conteúdo. É por essa razão que os *sites* de compartilhamento e/ ou hospedagem de arquivos, caso do YouTube, têm hoje um papel fundamental no processo de circulação dos bens culturais, permitindo, também, a conexão da conta com outros *sites* de redes sociais como o Facebook.

O Facebook é o *site* de rede social mais acessado do mundo atualmente (SOCIAL BAKERS, 2016), foi criado em 2004, por Mark Zuckerberg, junto com outros colegas de faculdade. Inicialmente, se tratava de uma plataforma voltada exclusivamente para estudantes de Harvard, e a intenção dos seus desenvolvedores, foi a de criar uma ferramenta que pudesse traduzir no computador, a experiência social da Universidade. De acordo com Recuero (2009):

O foco inicial do *Facebook* era criar uma rede de contatos em um momento crucial da vida de um jovem universitário: o momento em que este sai da escola e vai para a universidade, o que, nos Estados Unidos, quase sempre representa uma mudança de cidade e um espectro novo de relações sociais. O sistema, no entanto, era focado em escolas e colégios e, para entrar nele, era preciso ser membro de alguma das instituições reconhecidas (RECUERO, 2009, p.171).

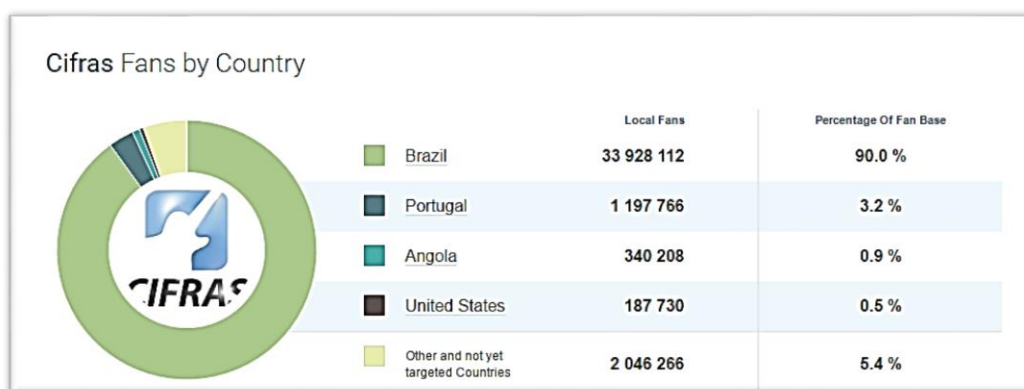
Ao relacionarmos à Música, em termos de apropriação desse tipo de *site* de rede social, constatamos que isso ocorre principalmente através das *fanpages* (páginas de fãs), podendo estas ser criadas de acordo com alguns temas como: “negócios locais ou lugar”, “empresa, organização ou instituição”, “marca ou produto”, “artista, banda ou figura pública”, entre outros. Existindo ainda subcategorias para cada uma dessas categorias principais, no caso da categoria “artista, banda ou figura pública” contém a opção “música/banda”, onde é possível, para um ator social, seja ele um artista, empresa (gravadora) ou até mesmo um “fã”, criar a sua página.

Na *fanpage*, encontram-se ferramentas de interação para com outros utilizadores, entre elas o botão “curtir” (nomenclatura usada pelo *site*), possibilitando que a página ao ser curtida por outro utilizador do *site* fique armazenada como uma preferência no perfil, conforme a categoria escolhida como tema na criação de tal *fanpage*. Além disso, o *site* não limita a quantidade de pessoas que podem curtir a página, mas estabelece o limite de cinco mil “amigos” (outra nomenclatura usada pelo *site* que corresponde aos indivíduos que foram adicionados ao

seu perfil e podem receber informações, compartilhar vídeos, *links*, imagens, entre outros, ou seja, permite interagir de forma mais direta com sua página).

Um exame das estatísticas do Facebook, em fevereiro de 2017, aponta a página *Cifras*, especializada em música, sobretudo na divulgação de cifras de música e desenho dos acordes, em segundo lugar no *ranking* de páginas mais visitadas do Brasil, com 37.700.082 seguidores (SOCIAL BAKERS, 2017). A base de fãs concentra-se no Brasil (90%) e em países lusófonos (Portugal e Angola), como mostra a Figura 16:

**Figura 16 - Fãs da página *Cifras* no Facebook**



Fonte: Social Baker, 2017. Dados de fevereiro de 2017.

Das vinte páginas brasileiras com maior número de seguidores no Facebook, sete estão ligadas ao universo da música (SOCIAL BAKERS, 2017): *Cifras* (segundo lugar); Luan Santana (11º. Lugar), “Jorge e Matheus” (12º. Lugar), Aline Barros (13º. Lugar), Paula Fernandes (14º. Lugar), “Os cretinos” (19º. Lugar) e *Vagalume* (20º. Lugar). *Cifras* e *Vagalume* são páginas voltadas para o compartilhamento de músicas, cifras e têm como foco principal a música popular brasileira.

Portanto, com 35% das páginas mais visitadas ligadas ao universo da música, o Facebook representa no Brasil uma sólida ferramenta de interação no campo, podendo, ainda, ser pensada como meio de preservação da memória cultural, como se pretende analisar no capítulo 3.

O Facebook, o YouTube e os *blogs*, são alimentados no escopo de uma cultura participativa, que permite o envolvimento, reorganizando tanto o consumo midiático quanto elementos relativos à preservação da memória cultural. Para analisar a relação entre a internet e a preservação da memória cultural faz-se necessário melhor compreender os termos em que se estrutura a chamada cultura participativa.

## 2.3 A Cultura participativa na internet e o papel dos fãs na preservação da memória

O acesso à internet e o armazenamento *on-line*, entre outras possibilidades advindas com as TIC e a *web*, ampliaram a participação do público no processo de produção cultural, inclusive no segmento da música, anteriormente quase que completamente controlado pela indústria da música. De acordo com Silveira (2009):

A distribuição da música nas redes digitais permitiu que artistas desconsiderados pela indústria fonográfica pudessem expor sua produção para milhares de pessoas, ultrapassando os limites impostos pelos controladores do mercado de bens artístico-culturais e pela indústria do entretenimento. Um dos fenômenos mais impressionantes da digitalização foi a ampliação da oferta de bens musicais na internet, resultante da crescente facilidade de gravar, editar e divulgar um álbum a custos baixíssimos (SILVEIRA, 2009, p. 27).

Podemos considerar esse como um ponto de partida para o surgimento de práticas de “cultura participativa”, à qual a música acaba se articulando de forma mais livre, devido a essas facilidades, tais como: a criação, edição e o próprio compartilhamento de conteúdo pela internet, isso torna o consumidor de mídia atual, produtor, distribuidor e crítico (JENKINS, 2006b, p. 135) desse tipo de conteúdo.

Vale ressaltar que em relação a participação do público também ocorre nas formas tradicionais da cultura de massa. O rádio, por exemplo, como todos os outros meios de sempre possuiu caráter participativo (JENKINS, 2006b, p. 137), com interações por meio de cartas e telefonemas. Porém, na cultura digital, a participação é potencializada, sobretudo pelas ferramentas interacionais e pela velocidade da interação, em alguns casos, instantânea.

Uma outra lógica de participação, aproxima os fãs, e também outras pessoas com menos engajamento, ou que não consideramos como fãs, das diferentes etapas da produção cultural. Para Jenkins (2006b; 2008), essa lógica revisa papéis, antes concretos e consolidados, de produtor e receptor de mídia, dando origem ao que se vem chamando de cultura participativa:

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras (JENKINS, 2008, p. 30).

O campo da música, na atualidade, não mais pode ser pensado sem que se considere a participação do público (fãs ou apenas interessados), visto que estes passam a agir de maneira determinante no cenário musical.

Jenkins (2008) sugere, ainda, que a cultura participativa constrói um acervo comum e em rede a partir do que cada indivíduo doa de si, do seu próprio conhecimento e experiência, sendo este tipo de cultura movido por uma “inteligência coletiva”, tal como pensada por Pierre Lévy (1996). De acordo com Jenkins (2008), é importante considerar “[...] essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros. O que não podemos saber ou fazer sozinhos, agora podemos fazer coletivamente” (p.56). Em sua densa pesquisa acerca do universo dos fãs, o autor reconhece a existência de diferentes níveis de engajamento, ressaltando a heterogeneidade desses grupos genericamente denominados como “grupos de fãs”:

Nem todos os membros precisam contribuir, mas todos devem acreditar que são livres para contribuir quando estiverem prontos e que suas contribuições serão devidamente valorizadas. Em tal mundo, muitos vão se envolver mais superficialmente, alguns vão cavar mais fundo, e outros ainda vão dominar as habilidades que são mais valorizadas dentro da comunidade. A própria comunidade, no entanto, fornece fortes incentivos para a expressão criativa e participação ativa (JENKINS, 2006a, tradução do autor).

É importante salientar que, para Jenkins (1992), o conceito de fã está sempre associado a algum tipo de “consumo ativo”, ou seja, que implica em algum tipo de intervenção e controle sobre os conteúdos que consomem e em distintos níveis de envolvimento com esse conteúdo, decidindo onde, quando e como consumir; colaborando e retornando aos produtores por meio dos sites de redes sociais, garantindo seu direito de fazer apreciações e expressar assim, opiniões sobre os conteúdos que consideram relevantes e no caso das experiências mais profundas de engajamento, constituindo comunidades, nas quais produzem seu próprio conteúdo, relacionando-os aos objetos já existentes (JENKINS, 1992, p. 284).

Por essa razão, a *web*, desempenha um papel fundamental na mediação entre a produção cultural e os fãs, não apenas por modificar os modos de produção, mas também por potencializar uma nova relação entre a cultura comercial e a cultura participativa.

Assim como, historicamente, ocorreu com a popularização, tanto da máquina fotocopiadora, como também do vídeo cassete, a *web* escreve um novo capítulo no cerne da indústria cultural:

A *web* tornou possível os acordos tácitos que possibilitaram a coexistência entre a cultura participativa e a cultura comercial durante boa parte do século XX. Ninguém se

importava muito se você fizesse fotocópias de algumas histórias e as distribuisse dentro de seu fã-clube. Ninguém se importava muito se você gravasse algumas músicas e desse a fita cassete de presente a um amigo (JENKINS, 2008, p. 187).

É importante frisar que Jenkins (2006b), foi também um dos primeiros a dizer que seria um equívoco pensar nos “fãs” apenas em termos de consumo, por isso definiu-os como “consumidores que também produzem, leitores que também escrevem, espectadores que também participam” (JENKINS, 1992, p.208), apropriando-se dos conteúdos para criar novos sentidos e produtos.

A cultura dos fãs na internet, diminui a distância entre o público e o artista. Segundo Lévy (1996, p.21): “Quando uma pessoa, uma coletividade, um ato, uma informação se virtualizam, eles se tornam “não-presentes”, se desterritorializam”. Esse processo de desterritorialização pode ser observado no caso do cantor José Augusto “Sergipano”, que embora não esteja mais fisicamente presente, tem suas músicas compartilhadas pelos fãs em *blogs* e *sites* de redes sociais.

Deste modo, um ator social de grande relevância, como o cantor aqui estudado, inserido num contexto político-econômico e sociocultural diferente, é retomado no âmbito do ciberespaço. Monteiro, Carelli e Pickler (2008), reforçam essa ideia ao considerar o ciberespaço como:

Um ambiente inconstante e virtual, no qual os dados se encontram em interminável movimento e se sucedem se modificam, se interagem e se excluem. No ciberespaço a questão da preservação da informação e do conhecimento é questionada, pois, estando no ambiente virtual, não há garantias de que uma informação esteja disponível após certo tempo. O ciberespaço, devido as suas características intrínsecas, torna evidente o esquecimento, isso porque a preservação, nesse meio e neste momento, não é um fator essência. (MONTEIRO, CARELLI E PICKLER, 2008, p. 2).

A cultura participava ao contrário da cultura de consumo, não está focada unicamente na obtenção de lucro, meta fundamental da Indústria Cultural em seu primeiro momento (ADORNO e HORKHEIMER, 1982). José Augusto “Sergipano” não é um artista que ofereça, nesse momento, retorno financeiro para qualquer grupo comercial. Por não gerar mais lucros deixa de gerar interesse por parte das *majors*, terminando por ficar fora da pauta das gravadoras e, portanto, dos principais canais tradicionais de divulgação (o rádio e a televisão). Por conseguinte, o cantor, fora do campo de visibilidade, desapareceria das memórias individuais e coletivas (exceção feita para amigos e familiares). Como ressalta Halbwachs (1990) a memória individual (neurobiológica) só existe com base numa memória coletiva (histórica e social), o que leva a crer que o surgimento de espaços dedicados a José Augusto “Sergipano” na internet

não se deve a uma ou duas memórias individuais que se encarregaram de divulgar as suas canções, mas, pensando com Halbwachs (1990), para que isso acontecesse, o cantor já deveria ter a sua memória cultural preservada em âmbito coletivo, tanto que a sua presença na internet encontra-se distribuída por diferentes espaços da rede.

Não cabe a esta pesquisa discutir as razões que levam à preservação da memória ou ao esquecimento, mas, analisar como as plataformas digitais podem contribuir para a preservação da memória cultural no âmbito de uma cultura participativa. Assim, se não estivéssemos inseridos numa cultura participativa, José Augusto “Sergipano” talvez só existisse para um pequeno grupo de pessoas, que motivados por laços mais próximos, empreenderiam ações para lembrar, ainda que pontualmente de sua carreira. Porém, o fato de estarmos inseridos numa cultura participativa permite que a memória coletiva do cantor se manifeste através de fãs do próprio cantor, fãs ligados ao cantor em função do gênero musical que desenvolvia, fãs de cantores do estado ou da cidade em que nasceu, fãs de música de um determinado contexto histórico, ou até mesmo por pessoas não consideradas fãs do cantor, reunindo os mais diferentes nichos, que se interconectam por estratégias de interação e compartilhamento, alimentam-se mutuamente e transformam o cantor numa rede de relações.

Vale reforçar que nesta pesquisa, considera-se fã do cantor José Augusto “Sergipano”, independente do seu nível de engajamento, aquele indivíduo que de alguma forma interage com conteúdo relacionado ao mesmo, seja ouvindo as suas músicas disponibilizadas em *sites* de redes sociais, produzindo conteúdo, acessando *sites* relacionados ao cantor, interagindo (comentando e/ou “curtindo”), ou compartilhando conteúdo na rede, mas há de se considerar também os indivíduos que mesmo realizando esses tipos de interações, não necessariamente devem ser intitulados como fãs do cantor.

Para analisar o papel da cultura participativa na preservação da memória cultural através da internet, o próximo passo será investigar em profundidade o caso do cantor José Augusto “Sergipano”.



### CAPÍTULO III – A INTERNET COMO PLATAFORMA DE PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA: O CASO DO CANTOR JOSÉ AUGUSTO “SERGIPANO”

*“Velhas cartas de amor, que o tempo não destrói  
jamais, lembrança eterna de alguém, alguém a  
quem amei de mais, sabe Deus onde estará, quem  
essas cartas escreveu, será que tudo esqueceu, e  
ainda pensará em mim”.*

*(José Augusto Sergipano)*

#### 3.1 Metodologia de análise da presença de José Augusto “Sergipano” na internet

Para a análise da presença na internet do cantor José Augusto “Sergipano”, foi utilizada a netnografia. O termo foi utilizado pela primeira vez por Kozinets (1997) e a metodologia está voltada para a análise do comportamento de indivíduos e comunidades na internet, a partir do referencial da própria etnografia.

Kozinets (1997) estabeleceu quatro passos centrais em sua prática: *Entrée* cultural, Coleta e análise de dados, *Ética* de pesquisa, *Feedback* e checagem de informações. No âmbito da presente pesquisa, os passos foram estruturados da seguinte forma:

##### 1. *Entrée cultural* – preparação para o trabalho de campo (KOZINETTS, 1997)

O objeto de estudo foi previamente mapeado e identificadas as principais ocorrências, a saber: páginas do cantor em redes sociais, em plataformas de compartilhamento de vídeo, em especial o YouTube, em *sites* específicos de divulgação de cifras de música, além de *blogs* distribuídos pela internet.

Numa pesquisa preliminar através do serviço de buscas do Google, foram listadas 544.000<sup>27</sup> referências ao termo [José Augusto ‘Sergipano’], conforme mostra a Figura 17. Os dados obtidos foram depurados e serão analisados ao longo deste capítulo.

---

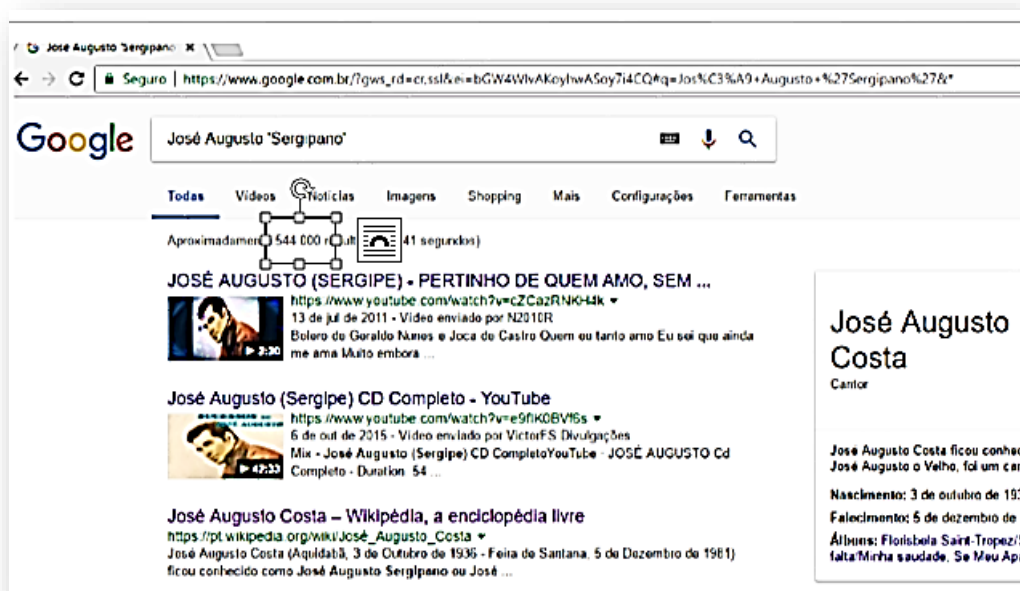
<sup>27</sup> Pesquisas realizadas com operadores lógicos através da página do Google apresentam variações em decorrência de uma série de fatores, que envolvem desde o histórico de pesquisa do dispositivo de consulta, o navegador utilizado e até possíveis ajustes no algoritmo do Google. Para fins desta pesquisa utilizamos o dado de 14 de fevereiro de 2017, 07h37, com a expressão [José Augusto ‘Sergipano’], aspas simples em *sergipano*. Pesquisas sobre José Augusto “Sergipano” podem incluir referências a outras pessoas, firmas ou instituições, razão pela qual se optou por buscar por nome artístico e não por seu nome como pessoa física (José Augusto Costa). Maiores detalhes sobre as pesquisas do Google, podem ser obtidas em: Ajuda do Google, disponível em: <<https://support.google.com/>>.

Ainda que de modo preliminar, o quantitativo enseja que, mesmo havendo falecido em 1981, antes da popularização da internet e do surgimento da *web* (1990), o cantor possui expressiva presença na rede.

Considerando-se que não há a ação de empresas interessadas em obter lucros a partir de direitos autorais do cantor e que postagens por parte da sua família e amigos mais próximos são apenas pontuais, cabe crer que existe uma rede de fãs atuando para preservar a sua memória cultural através da internet.

A título de comparação, cantores contemporâneos a José Augusto “Sergipano” recebem os seguintes resultados na pesquisa através do Google: [Ângela Maria+cantora], 545.000 resultados; [Agnaldo Timóteo+cantor], 337.000 referências; [Antônio Marcos+cantor], 81.900 referências; [Carmem Sílvia+cantora], 34.400 referências<sup>28</sup>. Os dados obtidos permitem considerar relevante a presença de José Augusto “Sergipano” na *web*, especialmente se levarmos em conta que o cantor faleceu precocemente<sup>29</sup>.

**Figura 17 - Referências ao termo José Augusto “Sergipano” no Google**



Fonte: Google, 2017. Dados de fevereiro de 2017.

<sup>28</sup> As pesquisas foram realizadas através do Google, utilizando o nome do cantor/cantora entre aspas. Apenas no caso de José Augusto, foi lançado também o seu apelido [‘sergipano’] para o distinguir do cantor homônimo conhecido apenas como “José Augusto”. Os nomes foram selecionados entre os cantores/cantoras que mais se destacaram na parada de sucessos do rádio na década de 1970 (SOM DO RÁDIO, 2017).

<sup>29</sup> Carmem Sílvia faleceu em 2016, Antônio Marcos em 1992, Ângela Maria e Agnaldo Timóteo continuam em atividade. Todos, portanto, conviveram com o advento da *web*, criada em 1990. Já José Augusto “Sergipano”, como anteriormente indicado, faleceu em 1981.

A partir da coleta observou-se que uma série de páginas, *blogs* e canais de vídeo, havia sido realizada por pessoas interessadas (fãs ou não) no cantor José Augusto “Sergipano”. Ainda, como etapa preparatória para a pesquisa de campo, foram construídos o *site* do cantor ([www.joseaugustosergipano.com.br](http://www.joseaugustosergipano.com.br)), além da *fanpage* no Facebook (<https://www.facebook.com/cantorjoseaugustosergipano/>).

**2. Coleta e Análise de dados** – que pode ser dividida em fases, reunindo dados de arquivo, páginas de internet, entrevistas e questionários (*on-line* e presenciais) e comentários em redes sociais, entre outros (KOZINETTS, 1997).

Nesta pesquisa, a primeira coleta consistiu na aplicação de um questionário *on-line* composto de dez questões fechadas, divulgado através do *site* e da *fanpage*, criados pelo autor e hospedado na plataforma *Monkey Survey*. As questões tinham por objetivo conhecer o perfil do fã ou do interessado na obra do cantor e os resultados também serão analisados no decorrer do presente capítulo.

Uma segunda coleta englobou uma seleção dos itens listados através de pesquisa realizada no Google com o operador lógico “José Augusto ‘Sergipano’”, que resultou em 544.000 ocorrências. Com um número tão elevado de resultados foi necessário proceder a escolha através de uma amostra intencional, considerando o número de visualizações, quantidade de *downloads*, *ranking* de popularidade e número de comentários.

Foram selecionadas as páginas: “Palcomp3”, “Sua Música”, “Vagalume”, e o *blog* “Fome de Tudo” e 5 canais de vídeo (Tabela 7). O detalhamento da seleção será apresentado em cada tópico específico.

As informações foram coletadas diretamente das páginas e foram, ainda, utilizadas ferramentas de monitoramento de redes sociais, tais como: *Google Analytics*, CMS (*Content Management System* ou Sistema de Gerenciamento de Conteúdo) e estatísticas do YouTube e dos próprios *sites* (a exemplo do Cifras e do Vagalume). Foi realizada, ainda, a coleta de comentários presentes nas páginas analisadas.

**3. Ética de pesquisa** – Em todos os contatos com a comunidade na internet foi previamente esclarecido de que se tratava de uma pesquisa de cunho acadêmico.

**4. Feedback e checagem de informações** – A comunidade foi contatada e, através da solicitação do preenchimento de um questionário específico, disponibilizado na plataforma *Monkey Survey*, foi possível cruzar as informações obtidas na internet e as respostas dos internautas. A

divulgação dos questionários foi, inicialmente, realizada a partir da rede de contatos deste autor, constituindo-se. Portanto, numa amostra intencional, e não aleatória, composta, sobretudo, por sergipanos, músicos, profissionais da área de comunicação e, em menor número, familiares do cantor. A partir dessa rede inicial o *link* foi sendo compartilhado através da internet, multiplicando, dessa forma, o número de internautas envolvidos.

Cabe, ainda, destacar que a netnografia não se realiza de modo estático, mas permite acompanhar o desenvolvimento da pesquisa, tornando-se flexível para atender às especificidades da pesquisa na internet. No entender de Amaral, Recuero e Montardo (2008):

O pesquisador deve permanecer consciente de que está observando um recorte comunicacional das atividades de uma comunidade on-line, e não a comunidade em si, composta por outros desdobramentos comportamentais além da comunicação (gestual, apropriações físicas, etc.), sendo esse um dos principais diferenciais entre o processo etnográfico off-line e o on-line (AMARAL, RECUERO e MONTARDO, 2008, p.39).

Com base no estudo de Kozinets (1997 e 2010) e Amaral, Recuero e Montardo (2008) estruturamos o foco da pesquisa nas atividades da comunidade *on-line* que se interessa pela obra de José Augusto “Sergipano” e produz ou interage com espaços disponíveis na internet, além de verificar os mecanismos de interação com o *site* e a *fanpage* criados na etapa da *Entrée* cultural.

### **3.2 *Entrée* cultural Construção e acompanhamento do *site* e da *fanpage* do cantor**

A trajetória artística do cantor José Augusto “Sergipano” não mereceu, ao longo de sua vida, a organização metódica de dados e fatos, demandando a sua reorganização através de um cuidadoso processo de sistematização de cartas, fotos, artigos de jornais e revistas, documentos, cópias de contrato, como apresentado no primeiro capítulo desta dissertação.

A partir de tal coleta e observando-se as características limitantes da própria internet foi, inicialmente, criado um *site* ([www.joseaugustosergipano.com.br](http://www.joseaugustosergipano.com.br)) para abrigar e divulgar a história do cantor (Figura 18), com os objetivos de ampliar os dados disponíveis, atrair interessados e fomentar uma rede de relações colaborativas.

**Figura 18 - Print Screen do site do cantor José Augusto “Sergipano”**



Fonte: [www.joseaugustosergipano.com.br](http://www.joseaugustosergipano.com.br)

O *slogan* no centro da página de abertura, “Para sempre na memória!” Faz alusão justamente à possibilidade de o *site* eternizar a memória do cantor. As imagens escolhidas para a página de abertura, de três momentos diferentes de sua carreira, bem como o logotipo da gravadora *Chantecler*, também reforça a ideia de preservação da memória cultural.

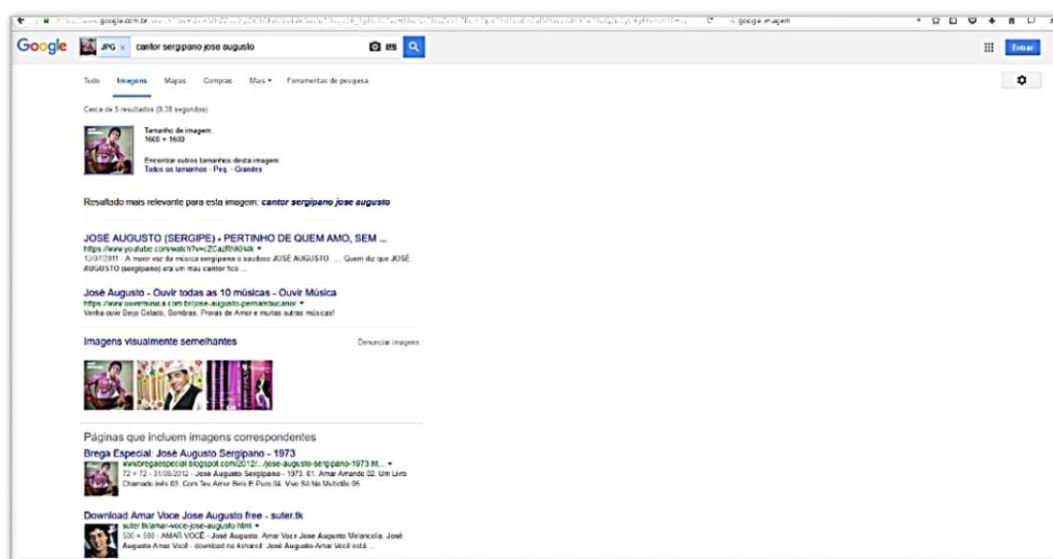
A construção do *site* procurou observar as limitações expressas por Bell (*apud* CANAVILHAS, 2004), como aparece detalhado a seguir:

1.*Longevidade do suporte* – Foi feita a aquisição de um domínio próprio ([www.joseaugustosergipano.com.br](http://www.joseaugustosergipano.com.br)), que não ficasse sujeito a possíveis mudanças em plataformas gratuitas, possibilitando à família, manter o controle sobre as atualizações, acessos e estatísticas sobre o perfil do público, buscando, assim, conferir longevidade ao ambiente construído na internet;

2.*Acesso* – As informações disponibilizadas ancoraram-se nos eixos: biografia e discografia, procurando informar ao internauta os dados centrais de sua carreira artística. Após defendida a presente dissertação, o *site* receberá um *link* para o texto completo, destinado a atender às demandas de pesquisadores e interessados.

3. *Ferramentas de pesquisa para informação não textual* – As fotos disponibilizadas podem ser utilizadas para o sistema de pesquisa *Google Imagem*, gerando novas ligações com *blogs* e *sites* que tratem da carreira do cantor, como mostra o exemplo realizado (Figura 19). Quanto às músicas, uma série de aplicativos permitem a sua busca na internet, a exemplo do *Soundhound* e do *Sound Search* da Google.

**Figura 19 – Print Screen da tela de resultados da pesquisa a partir de foto de LP de José Augusto “Sergipano” através da ferramenta Google Imagens**



Fonte: elaboração própria, a partir do uso da ferramenta Google Imagens.

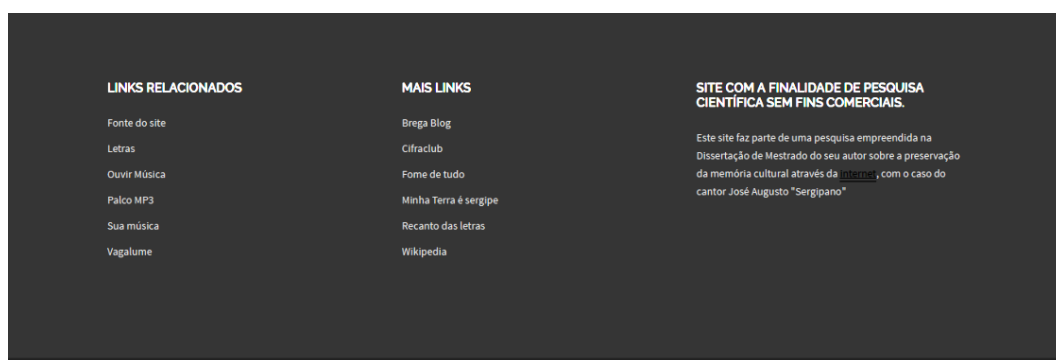
4. *Usabilidade* – O *design* do *site* procurou responder às quatro perguntas que Bell (*apud* CANAVILHAS, 2004) considerou fundamentais para uma correta usabilidade: Onde estou? Até onde posso ir? Como chego lá? Como regresso a um ponto anterior? Assim, o *site* contém um menu superior (Figura 20) e *links* adicionais no rodapé inferior da página (Figura 21).

**Figura 20 – Print Screen do menu do site de José Augusto “Sergipano”**



Fonte: www.joseaugustosergipano.com.br.

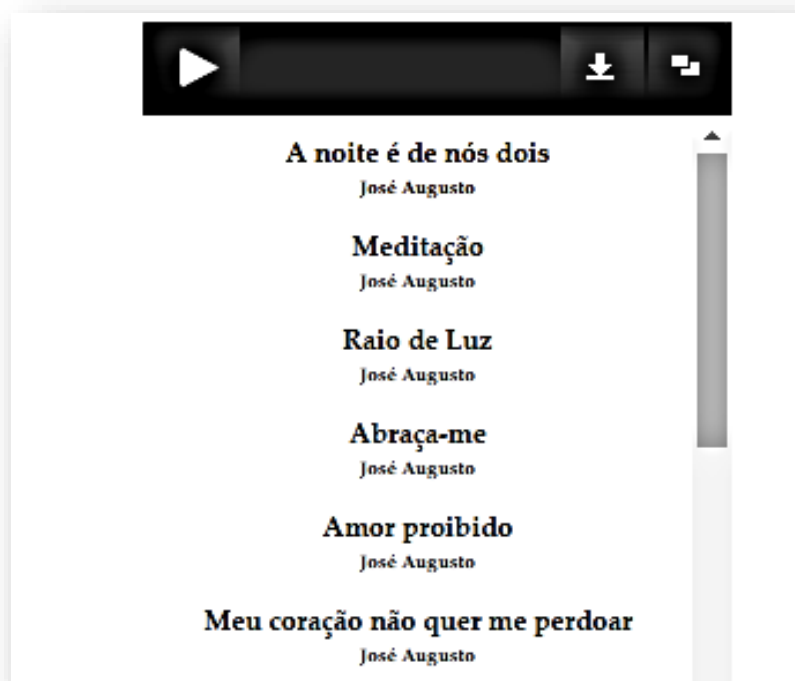
**Figura 21 – Print Screen do rodapé do site de José Augusto “Sergipano”**



Fonte: [www.joseaugustosergipano.com.br](http://www.joseaugustosergipano.com.br).

O *site* conta ainda com recursos de acesso às músicas<sup>30</sup> e fotos selecionadas do cantor (Figuras 22 e 23) e com o *link* para a *fanpage* do cantor no Facebook, iniciativa que visa a divulgação através das redes sociais.

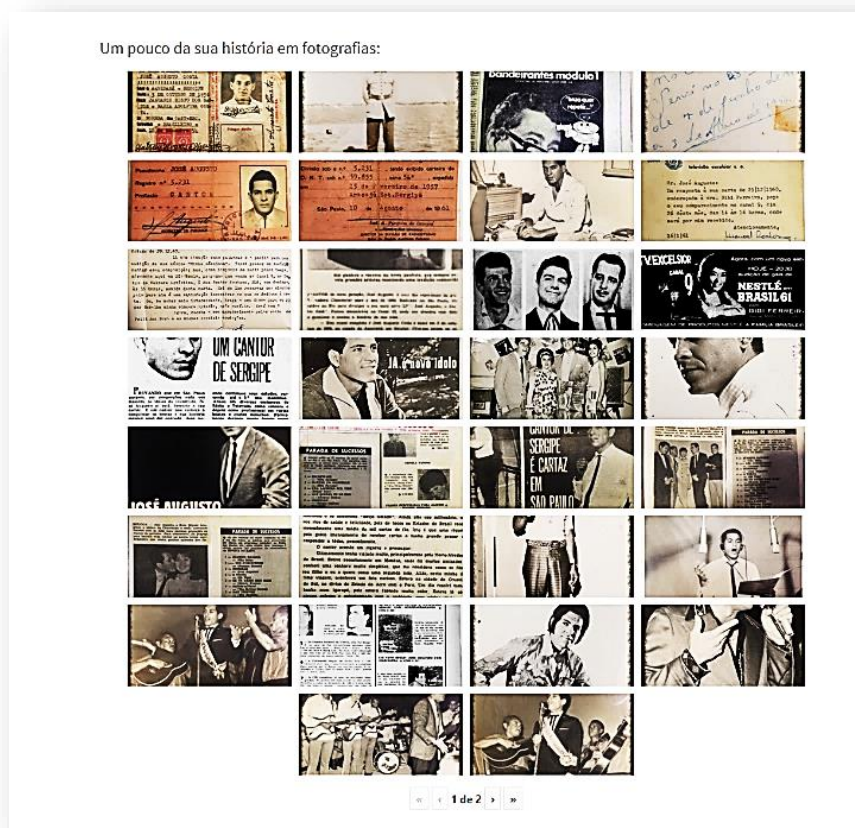
**Figura 22 - Print Screen do menu de músicas para ouvir do site de José Augusto “Sergipano”**



Fonte: [www.joseaugustosergipano.com.br](http://www.joseaugustosergipano.com.br).

<sup>30</sup> Disponibilizadas por fãs e pela família, “detentora” dos direitos autorais para *download*.

**Figura 23 – Print Screen da primeira página de fotos do site de José Augusto “Sergipano”**

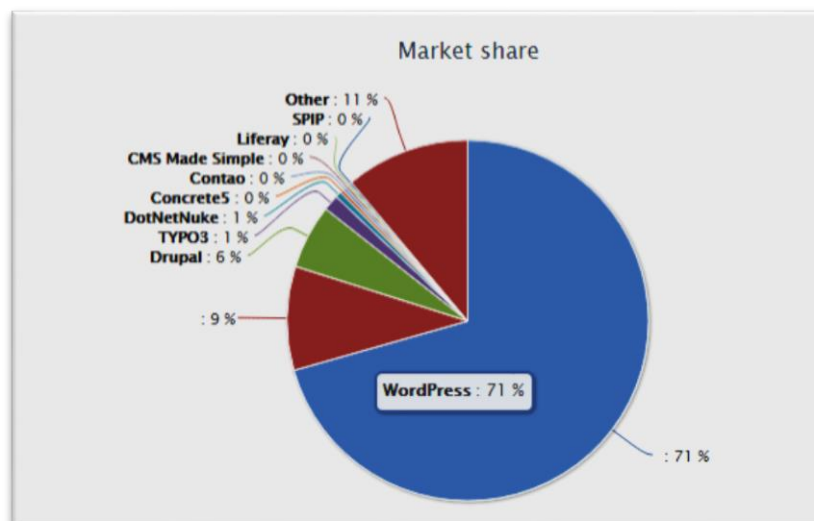


Fonte: [www.joseaugustosergipano.com.br](http://www.joseaugustosergipano.com.br).

O site foi desenvolvido a partir dos recursos do WordPress que é um CMS (*Content Management System* ou Sistema de Gerenciamento de Conteúdo) baseado na linguagem de programação PHP, que atua bem como um sistema de *blog* ou *website*, não necessitando de muitos conhecimentos técnicos para utilizá-lo, e, ainda, permite criar, editar e publicar conteúdo, tanto com foco na estética, como nos padrões *web* e na usabilidade. Trata-se de um *software* livre e gratuito, sendo hoje a maior plataforma de Gerenciamento de Conteúdo do mundo, dominando 71% deste mercado de CMS (OPEN SOURCE CMS, 2017), como mostra a Figura 24. Por isso foi escolhido como base tecnológica e ferramenta de construção e gerenciamento do site em questão.



**Figura 24 – Medição do *Market Share* das principais ferramentas *Open Source CMS***



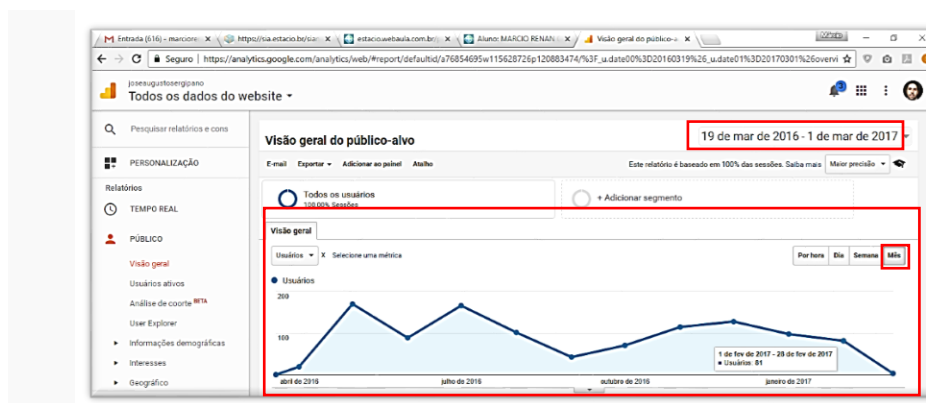
Fonte: *Open Source CMS*, 2017. Dados de fevereiro de 2017.

O *site* foi criado no dia 19 de março de 2016, e possui 1.776 visitas (dados de 01 de março de 2017), registradas a partir de um contador de acessos no próprio *site*, além disso, conta com o *Google Analytics*, que é uma ferramenta gratuita do Google que permite analisar as estatísticas de visita do *site*, sendo possível também, fazer a verificação de variáveis interessantes, como a quantidade de visitas por período, de indivíduos, de sessões e páginas acessadas, seja por dia, por semana, por mês ou até mesmo por hora, podendo mostrar também dados como locais de acesso ao *site* (localização geográfica: país, cidade).

Informações essas, importantes para uma análise de abrangência e alcance em relação ao conteúdo/informações disponibilizadas, havendo assim, o conhecimento de pessoas (fãs ou não) que tiveram contato com o *site*, criado para sistematizar informações sobre José Augusto “Sergipano” (de que local, quando, o que, e por quanto tempo acessaram), conforme nos mostram as Figuras 25, 26, 27 e 28.

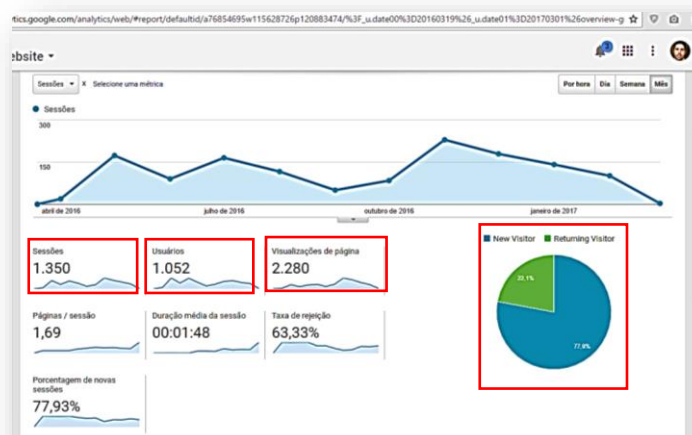
A seguir, na Figura 25, podemos verificar que o *site* teve uma média global de acesso de 89,6 visitas por mês durante o período analisado. Neste mesmo período (Figura 26) o *site* teve um total de 1.350 sessões acessadas por um total de 1.052 internautas, contabilizando ainda 2.280 visualizações por página do *site*. Destaca-se, ainda, a porcentagem de 77,9% de novos visitantes por mês em relação à 22,1% de visitantes que retornaram ao *site*.

**Figura 25 – Medição do número de internautas que acessaram o *site* no período de 19/03/2016 a 01/03/2017 com a ferramenta Google Analytics**



Fonte: Google Analytics, 2017. Dados de 01 de março de 2017.

**Figura 26 - Medição do número de sessões; quantidade de internautas; de visualizações de páginas e porcentagem de novos visitantes e de retorno de visitantes do *site* no período de 19/03/2016 a 01/03/2017 com a ferramenta Google Analytics**



Fonte: Google Analytics, 2017. Dados de 01 de março de 2017.

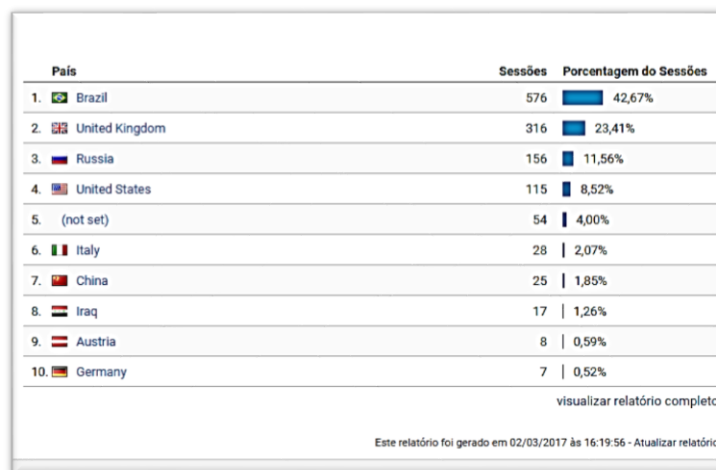
Os dados demonstram que existe uma atividade frequente no *site* e um elevado nível de renovação dos visitantes. De acordo com Palma (2013, *on-line*): “[...] taxa de novos visitantes muito alta significa que o *site* está atraindo bastante gente, porém essas pessoas acabam não retornando”, ou seja, o nome do cantor, num primeiro momento chama a atenção do internauta que “entra” no *site*, mas apenas um quinto termina retornando para buscar mais informações, fato que pode ser atribuído tanto à estrutura do *site* quanto ao interesse do internauta<sup>31</sup>.

<sup>31</sup> Não foi objetivo dessa pesquisa identificar os fatores que poderiam fazer com que o internauta retornasse ao *site*. A estrutura do *site*, seu *layout* e a usabilidade, podem tornar a navegação mais rápida e interessante para o internauta. A periodicidade de atualização é outro fator que contribui para aumentar a taxa de retorno.

Quanto à localidade em que os acessos se originaram, foram obtidos os seguintes dados: Brasil, 42,67%; Reino Unido, 23,41%; Rússia (11,56%), além de países como: Estados Unidos, Itália, China, Iraque, Áustria e Alemanha (Figura 27). O número de acessos oriundos de outros países é surpreendente, e não encontra explicação plausível no âmbito desta pesquisa, uma vez que o cantor não esteve nas “paradas de sucesso” desses países e que o *site* só apresenta a versão no idioma português, o que dificultaria a compreensão por parte de falantes não lusófonos, entretanto, algumas particularidades do funcionamento da internet e de seus algoritmos podem levar à localização do respondente em locais diferentes daquele em que realmente está.

Esse tráfego, “[...] também chamado de tráfego de referência, ou *referral*, mostra todos os *sites* de terceiros que levaram visitantes para seu *site*. Nesta lista, entram também as redes sociais, como o Facebook e o Twitter” (PALMA, 2013, *on-line*), o que poderia explicar a presença dos acessos nos países listados.

**Figura 27 - Medição da quantidade de sessões acessadas com a porcentagem e respectivos países (locais de onde foram acessadas essas sessões) no período de 19/03/2016 a 01/03/2017 com a ferramenta Google Analytics**



Fonte: Google Analytics, 2017. Dados de março de 2017.

A Figura 28, por sua vez, mostra que cidades do Nordeste - Aracaju, Fortaleza, Salvador e Simão Dias – e da região Sudeste - São Paulo e Rio de Janeiro foram as com maior percentual de acessos<sup>32</sup>, regiões em que o cantor nasceu e desenvolveu a sua carreira, respectivamente.

<sup>32</sup> A maior parte das sessões acessadas, o que corresponde a 411 sessões com a porcentagem de 30,44% dos acessos, não está identificada no Google Analytics por cidade, sendo apontado na ferramenta como “not set”, ou seja, não configurado.

**Figura 28 – Medição da quantidade de sessões acessadas e respectivas cidades (loais de onde foram acessadas essas sessões) no período de 19/03/2016 a 01/03/2017 com a ferramenta *Google Analytics***

Cidade	Sessões	Porcentagem do Sessões
1. (not set)	411	30,44%
2. Aracaju	157	11,63%
3. Saint Petersburg	91	6,74%
4. Samara	39	2,89%
5. Fortaleza	37	2,74%
6. Salvador	34	2,52%
7. Sao Paulo	33	2,44%
8. Simao Dias	27	2,00%
9. Rio de Janeiro	22	1,63%
10. London	22	1,63%

visualizar relatório completo

Este relatório foi gerado em 02/03/2017 às 16:26:39 - Atualizar relatório

Fonte: *Google Analytics*, 2017. Dados de março de 2017.

Vale ressaltar que o *site* contém em sua estrutura também um *blog*, característica do WordPress, com a finalidade de permitir a postagem de conteúdos relacionados ao cantor, funcionando como um canal de troca de informações e para que as pessoas possam comentar e interagir de forma participativa com o autor do *site*. Neste período foram postados no *blog*<sup>33</sup>, quatro conteúdos relacionados ao cantor sergipano, respectivamente nas seguintes datas e títulos:

- 24 abril de 2016 - O programa Brasilidade da rádio FM Assembleia (96,7MHz);
- 24 de julho de 2016 - Grupo “Minha Terra é SERGIPE”;
- 24 de outubro de 2016 - Fundação Aperipê – Homenagem aos 80 anos do Cantor José Augusto Sergipano;
- 29 de janeiro de 2017 - Homenagem de Artistas Sergipanos ao Cantor José Augusto ocorrerá no dia 16 de março de 2017.

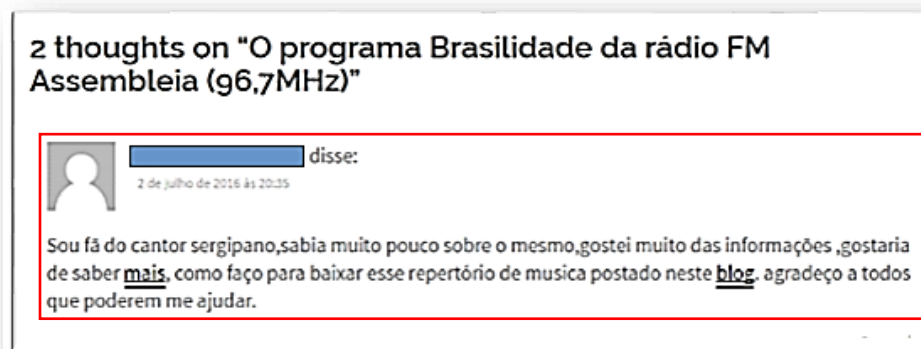
A proposta foi a de disponibilizar os conteúdos nesse período, com a média de uma postagem a cada três meses, para observar como ocorreria o fluxo de interações (quantidade e tipos de comentários) para cada uma delas, porém, apenas na primeira postagem houve algum tipo de interação, a partir de um comentário do Fã<sup>34</sup>, afirmando ser fã do cantor e demonstrando ter interesse em obter mais informações sobre José Augusto “Sergipano”, ao mesmo tempo em

<sup>33</sup> As postagens estão disponíveis na *link*: <<http://joseaugustosergipano.com.br/blog/>>.

<sup>34</sup> Os nomes postados pelos internautas foram substituídos para preservar a identidade e manter, portanto, o parâmetro da Ética, como indica a pesquisa científica de maneira geral e a netnografia em especial.

que agradece a todos que colaborarem com isso, destacando, assim, a necessidade da participação de outras pessoas para a realização dessa dinâmica contínua do fluxo de informações, conforme veremos na Figura 29.

**Figura 29 - Post com comentário no Blog do site [www.joseaugustosergipano.com.br](http://www.joseaugustosergipano.com.br)**



Fonte: [www.joseaugustosergipano.com.br/blog](http://www.joseaugustosergipano.com.br/blog), 24 abril de 2016.

Ao mesmo tempo, foi implementada a *fanpage* criada no Facebook (Figura 30) que pretendeu funcionar como um espelho do *site* e possibilitar a análise do engajamento dos internautas com o resgate a divulgação da memória cultural do cantor.

**Figura 30 – Print Screen da página do Facebook de José Augusto “Sergipano”**



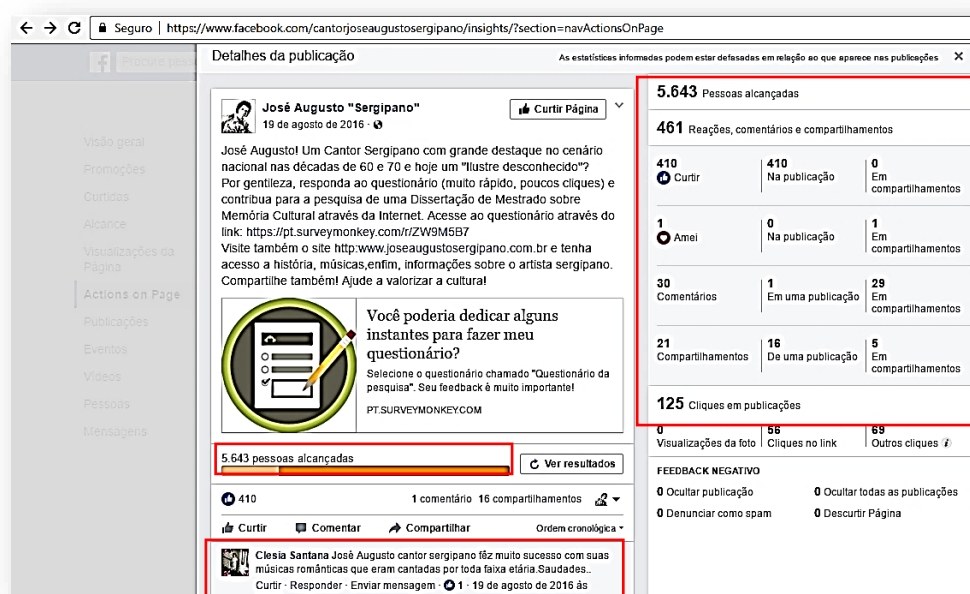
Fonte: <https://www.facebook.com/cantorjoseaugustosergipano/?fref=ts>

A página do Facebook foi criada e disponibilizada no dia cinco de maio de 2016, e foram realizadas 24 publicações pelo autor, todas relacionadas ao cantor sergipano, e, com isso,

obteve-se o total de alcance de 10.581 usuários, contabilizando ainda 64 seguidores, além de 456 curtidas e 34 compartilhamentos diretos nas suas publicações<sup>35</sup>.

A Figura 31 apresenta a publicação que trata da pesquisa, na qual divulga o *link* para o questionário *on-line* e funciona ainda, como mídia cruzada, disponibilizando o *site* do cantor. O *post* funciona como divulgação da carreira de José Augusto “Sergipano” e também como apelo para que o questionário seja respondido e compartilhado.

**Figura 31 - Print Screen da página do Facebook, dados da publicação do dia 19 de agosto de 2016**



Fonte: <https://www.facebook.com/cantorjoseaugustosergipano>

A ferramenta *insights* do Facebook, mostra algumas estatísticas a partir desta publicação: o alcance de 5.643 pessoas, das quais 410 curtiram diretamente na publicação, havendo ainda 21 compartilhamentos, sendo 16 de uma publicação e cinco em compartilhamentos, ou seja, através de outros “fãs” que compartilharam essa publicação.

Também é importante considerarmos, em relação aos comentários, que, dos 30 comentários realizados, apenas um deles, foi na própria publicação e 29 em outros compartilhamentos, o que demonstra que a cultura participativa se fez presente para a dinâmica que envolve o fluxo de informação e comunicação entre os internautas (fãs ou não do cantor).

<sup>35</sup> Dados colhidos em 1 de março de 2017. De acordo com Social Bakers (2016 e 2017), o número médio de curtidas por postagem a cada 1 milhão de fãs é de 856, o que indica que os dados da página do cantor em tela estão acima das expectativas.

Outro *post* em destaque refere-se a um compartilhamento realizado por este pesquisador a partir da página da TV Aperipê, na qual postou um vídeo em homenagem ao cantor José Augusto “Sergipano”, relatando a sua trajetória de vida. Com esse compartilhamento, foram alcançadas 4.848 pessoas e obtidas 232 visualizações do vídeo, 17 curtidas na publicação e um comentário, demonstrando a importância da participação dos “fãs” no processo de divulgação, na troca de informações, enfim, na preservação da memória (Figura 32).

**Figura 32 - Print Screen da página do Facebook, dados do compartilhamento da publicação, realizada no dia 09 de outubro de 2016**



Fonte: <https://www.facebook.com/cantorjoseaugustosergipano>

A publicação em si do vídeo, disponibilizada na página do Facebook da TV Aperipê, realizada no dia 07 de outubro de 2016, obteve os seguintes resultados, acurados até o dia 17 de maio de 2016:

- 489 curtidas;
- 1.121 compartilhamentos;



- c) 108 comentários que se concentram nas questões:
- i. A busca por informações a respeito do cantor;
  - ii. Reforço à condição de fã do cantor sergipano e demonstração de afeição;
  - iii. Compartilhamento de informações;
  - iv. Demonstração de satisfação e interesse pelo conteúdo disponibilizado.

Daí pode se depreender que tanto o *site* quanto a *fanpage* criados para a *entrée* cultural, permitiram um aprofundamento no campo (KOZINETTS, 1997 e 2010; AMARAL, RECUERO e MONTARDO, 2009) e possibilitaram confirmar que existem fãs e interessados na memória do José Augusto “Sergipano”, que utilizam a internet para buscar informações sobre o cantor.

Após a etapa da *entrée* cultural deu-se início à coleta e análise de dados, que serão a seguir descritas.

### 3.3 Coleta e Análise de Dados

#### 3.3.1 Primeira Coleta - O questionário *on-line*

Para primeira coleta de dados foi elaborado um questionário composto de dez questões fechadas, hospedado na plataforma *Monkey Survey*<sup>36</sup>, cujas questões tinham por objetivo auxiliar no conhecimento do perfil do fã ou do interessado na obra do cantor.

A preparação do questionário levou em conta considerações de que a cultura apresenta diferentes valores, a depender dos vínculos estabelecidos, funcionando, inclusive, como um capital, como produção mercantil simbólica (GETINO, 2010, *on-line*).

Nesse sentido, faz-se necessário conhecer as características dos consumidores da obra de José Augusto “Sergipano”: qual seu gênero, faixa etária, naturalidade, se conhece ou não a carreira do artista em tela, se frequenta *sites*, *blogs* ou redes sociais associadas ao cantor, em que espaços busca informações de uma maneira geral. Assim, o questionário *on-line* voltou-se para esse público capaz de se interessar por responder perguntas sobre um cantor que, mesmo sem conhecer, representa um marco na história do estado de Sergipe.

A divulgação do questionário (Apêndice I) foi feita através de dois coletores<sup>37</sup>, para abarcar públicos diferentes, sendo o primeiro deles o *site* e o segundo a *fanpage*, ambos criados especificamente para a *entrée* cultural da pesquisa. Em ambos os casos, ocorreu a integração

---

<sup>36</sup> A plataforma.

<sup>37</sup> A Figura 34 apresenta 3 coletores, mas o coletor 3, *Link*, como aparece na figura, representa apenas a criação de um *link* para divulgação do questionário.



com a plataforma *Survey Monkey*, especializada no gerenciamento e na organização de dados quantitativos para a análise.

O acesso diretamente no *site*, alcançou um total de 34 repostas (entre 13 de agosto de 2016 e 21 de março de 2017) e por meio da *fanpage* foram obtidas outras 140 repostas (entre 13 de agosto de 2016 e 15 de fevereiro de 2017), totalizando 174 respondentes (Figura 33).

**Figura 33 - Print Screen da página do SurveyMonkey com dados dos coletores e quantidades de repostas, realizado no dia 03 de abril de 2017.**



NOME ALTERNATIVO	STATUS	RESPOSTAS	DATA DA MODIFICAÇÃO
Questionário integrado 1	ABERTO	34	terça-feira, 21 de março de 2017 12:53
Post em rede social 1	ABERTO	140	quarta-feira, 15 de fevereiro de 2017 23:48
Link 1	ABERTO	0	sábado, 13 de agosto de 2016 13:04

Fonte: <https://pt.surveymonkey.com>

O modo de divulgação teve início com base na lista de contatos deste autor e, posteriormente, foi se espalhando pela rede, incluindo fundamentalmente moradores de Sergipe ou vinculados, de alguma forma ao estado. Não se trata, portanto, de uma amostragem aleatória, mas num tipo que prioriza o público mais próximo à realidade do cantor, por isso foi estabelecida como uma primeira coleta. Um universo mais amplo e aleatório foi o das outras duas coletas realizadas, apresentadas nos próximos tópicos.

Recuero (2009) recupera a ideia de que a popularização dos chamados *sites* de redes sociais, a exemplo do Facebook, ocorreu em virtude da necessidade de seus integrantes de se manterem próximos de pessoas que estão geograficamente distantes, evoluindo, posteriormente, para outras formas de interação:

Levando em conta que a comunidade é uma característica das redes, associada a uma maior densidade, poderíamos argumentar que há uma forte característica de agregação nas comunidades. No entanto, essa agregação possui um limite físico, aquele da

capacidade de investimento dos atores sociais e da manutenção das conexões da rede. Assim, poderíamos imaginar a comunidade como um núcleo mais denso na rede social, constituído de laços fortes, capital social de segundo nível. Por causa da característica da agregação, temos atores sociais sendo incluídos no grupo e atores saindo do grupo. Há, assim, uma área média, de “amigos dos amigos” que pode ser incluída na comunidade ou que é constituída de atores que estão afastando-se dela. Finalmente, há também uma área externa, constituída pelo restante da rede, os laços mais fracos e com menos capital social construído (p. 145)

Com isso, é possível perceber que, mesmo tendo início em contatos de uma comunidade mais próxima, a amostra se espalha pela rede até atingir os laços mais fracos, mais distantes, próximos da área externa.

Corroborando com esta afirmação, verifica-se o fato de que a *fanpage* teve um número de respostas consideravelmente maior do que em relação ao questionário disponibilizado diretamente no *site*, o que demonstra o grande potencial dos *sites* de redes sociais, a exemplo do Facebook no âmbito de uma cultura participativa, principalmente em decorrência das suas ferramentas de compartilhamento e interatividade.

Como deveria funcionar como uma primeira entrada, um primeiro contato, o questionário foi composto por 10 perguntas fechadas - dicotômicas (do tipo sim ou não) ou de múltipla escolha.

A primeira questão versava sobre gênero e, dos 174 respondentes, 95 (54,60%) afirmou ser do sexo masculino e 79 (45,40%) do sexo feminino. Esse percentual demonstra equilíbrio em relação ao público que se propôs a responder ao questionário, com ligeira predominância do sexo masculino na composição do perfil dos internautas<sup>38</sup>.

Com relação à faixa etária, 92 pessoas se encontravam na faixa de até 35 anos, ou seja, aproximadamente 52,9% dos respondentes nasceram após o falecimento do cantor (em 1981). Tal fato indica que essa parcela só teria acesso à memória de José Augusto “Sergipano” preservada através de registros em meios de comunicação (rádio, TV, internet, por exemplo), por meio de suportes, tais como os LPs, que o cantor sergipano gravou ou, ainda, por intermédio de relatos da história oral.

Tal acesso a esta memória íntegra, de acordo com Mendes, Santos e Santiago (2010), uma das principais preocupações da humanidade, quando asseveram:

Resguardada desde os primórdios das civilizações através das pinturas rupestres, passando pelos mais diversos suportes, como as tábuas de argilas, pergaminhos, códices, livros até chegarmos hoje ao meio digital, a necessidade de preservar a

---

<sup>38</sup> Todos os gráficos e tabelas com as estatísticas acerca dos dados coletados através do questionário encontram-se no Apêndice II.

história das civilizações sempre foi uma das grandes preocupações ao longo do curso percorrido pela humanidade (p. 56).

Outro dado importante, colhido através do questionário, foi a identificação do país e das regiões às quais os respondentes pertenciam: 98,85% eram brasileiros e, destes, 82,25% do Nordeste e 14,79% do Sudeste, que são as regiões respectivamente, de origem do cantor e na qual residiu e alavancou a carreira artística<sup>39</sup>.

Quanto ao conhecimento acerca da história do cantor sergipano, 55,81% afirmaram que nunca haviam ouvido falar em José Augusto “Sergipano”. Cruzando-se esse dado com a faixa etária predominante dos respondentes, percebe-se que os mais jovens são os que mais se dispõem a responder o questionário *on-line*, mas, por outro lado, desconhecem o cantor. Cabe destacar que, mesmo sem conhecer o cantor responderam ao questionário, o que pode indicar que foram movidos pela curiosidade e pelo desejo de conhecer melhor um personagem da história cultural do estado, esta seria uma possível motivação, que levou um percentual tão alto a responder mesmo sem conhecer o cantor pesquisado.

Os 44,19% restantes, que já haviam ouvido falar algo sobre José Augusto “Sergipano”, informaram que as mídias utilizadas para buscar informações sobre o cantor foram: Rádio (28,15%), Internet (25,33%), TV (13,33%) e Mídia Impressa (7,41%). Rádio e Internet, portanto, aparecem como as principais fontes de informação acerca da carreira de José Augusto “Sergipano”.

Vale ressaltar que apesar dessa pesquisa ter como foco a internet, não se pode deixar de considerar as outras mídias, como no caso do rádio, que também pode realizar um trabalho de preservação da memória, a exemplo da Rádio Aperipê, que até hoje mantém um programa dedicado a José Augusto “Sergipano” e, também, a outras personalidades do estado.

Esse fato, aliás, como já mencionado, foi discutido por Jenkins (2006b), quando ressaltou o caráter participativo de todos os meios de comunicação e a expansão dessa potencialidade nos meios digitais, movidos pela velocidade e instantaneidade (p. 137).

Um dado importante obtido foi com relação ao principal canal de informações da atualidade: a internet foi o meio indicado por 87,86% dos respondentes, seguida pela TV (8,09%), Rádio (3,47%) e Mídia impressa (0,58%).

Entre os temas, mais frequentemente, pesquisados na internet pelos respondentes encontram-se: Entretenimento (66,86%); Cultura (49,11%), Música (55,62%), Esporte

---

<sup>39</sup> As demais regiões juntas tiveram um percentual inferior a 3%.

(34,32%) e Educação (50,89%)<sup>40</sup> entre as mais citadas, indicando que, de fato, a internet pode ser pensada como meio capaz de auxiliar na preservação da memória cultural de um cantor, posto que através dela os internautas buscam informações sobre temas ligados ao universo da música. Nesse contexto, para Maia (MAIA, 2003, *apud* MENDES, SANTOS e SANTIAGO, 2010, p. 39): "[...] preservar é a palavra-chave quando pensamos em memória, remetendo à ideia de proteção, cuidado, respeito. Preservar não é apenas guardar algo, mas também fazer levantamentos, cadastramentos, inventários, registros, etc."

Outro dado também relevante diz respeito ao canal da Internet em que cada um teve acesso a alguma informação sobre o cantor sergipano: o YouTube teve destaque com 20,95% das respostas obtidas, seguido por *sites* (14,29%), Facebook (10,48%), *blogs* (4,76%) e outros (3,81%)<sup>41</sup>.

Acerca da posição do Facebook (10,48%) é importante retomar a fala de Recuero (2009), quando diz: "O sistema [do Facebook] é muitas vezes percebido como mais privado que outros *sites* de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros" (p. 171). Como a pergunta foi especificamente sobre espaços no Facebook em que os respondentes encontraram informações sobre o cantor aqui examinado, o número de internautas com acesso parece ser menor do que o esperado, se não considerarmos a afirmação de Recuero (2009).

Na última pergunta do questionário: "Você acredita que a presença consistente (de forma organizada) de um artista na internet pode preservar a sua memória, especialmente de artistas como o cantor José Augusto "Sergipano", que viveram numa geração anterior à essa tecnologia, fazendo com que não se torne 'esquecido' ou apenas 'um ilustre desconhecido'?" 93,60% responderam que sim.

Com os resultados do questionário objetivou-se compreender o perfil dos internautas que utilizam a internet e que se dispuseram a responder a um questionário on-line sobre a carreira de um cantor sergipano já falecido e fora dos canais centrais da mídia *mainstream*. Foi possível perceber a importância da Internet nessa dinâmica de preservação da memória cultural e identificar o uso de seus canais, como Youtube, *site*, Facebook, *blog*, entre outros, como ferramentas que proporcionam, a partir da sua apropriação por parte de fãs e no âmbito de uma

---

<sup>40</sup> A questão permitia múltiplas respostas.

<sup>41</sup> É importante notar que 62,86% dos respondentes não indicaram qualquer canal, deixando, portanto, de responder à questão.

cultura participativa, esse tipo de preservação, seja a partir da disponibilização de conteúdo, seja nas interações (compartilhamentos, curtidas, comentários)<sup>42</sup>.

### 3.3.2 Segunda Coleta – *Sites e blogs*

Considerando o ambiente da internet, a presença do cantor pode ser considerada relevante. Uma pesquisa realizada através do Google, com os termos [José Augusto ‘Sergipano’], resultou em 544.000 referências listando uma série de *sites* e *blogs* acerca do cantor (Figura 17 e nota 21).

Ao realizar um estudo sobre a repercussão da marca Listerine (da Johnson & Johnson) na internet, Kozinets (2010) deparou-se com situação similar, ou seja, 907.000 ocorrências para o termo em pesquisa através do Google.

A este respeito, o autor explica que: “Dois dos principais desafios relacionados à coleta de dados para netnógrafos são: (1) como encontrar dados apropriados e (2) como balancear a imensa quantidade de dados disponíveis com a necessidade etnográfica de um entendimento cultural profundo” (KOZINETS, 2010, p. 7) e recomenda, nesse caso que sejam utilizados *softwares* de extração de conteúdo de páginas da internet (a exemplo do NVIVO, entre outros) e/ou filtros para a seleção de resultados mais relevantes.

O autor ressalta que, mesmo que fosse possível analisar a todos os *links* apresentados, isso não significa que os resultados fossem melhores do que os de uma amostra cuidadosamente selecionada e utilizou uma seleção a partir de mecanismos de busca (como o Google) e um *software* de extração de dados, o ConsumerBase (KOZINETS, 2010, p. 7-8).

Com base no exposto, optou-se por depurar os resultados a partir do uso de filtros disponíveis no próprio Google: “Páginas em português”, “País: Brasil”, “Período: No último ano”, “Classificados por relevância” e “Ao pé da letra”, para que a amostra passasse por uma primeira delimitação.

Inicialmente a intenção seria a de utilizar o software NVIVO para a extração de dados, mas, com base nas análises de KOZINETS (2010), optou-se por selecionar os três melhores ranqueados de acordo com o próprio algoritmo do Google em 01 de março de 2017 (Figura 34).

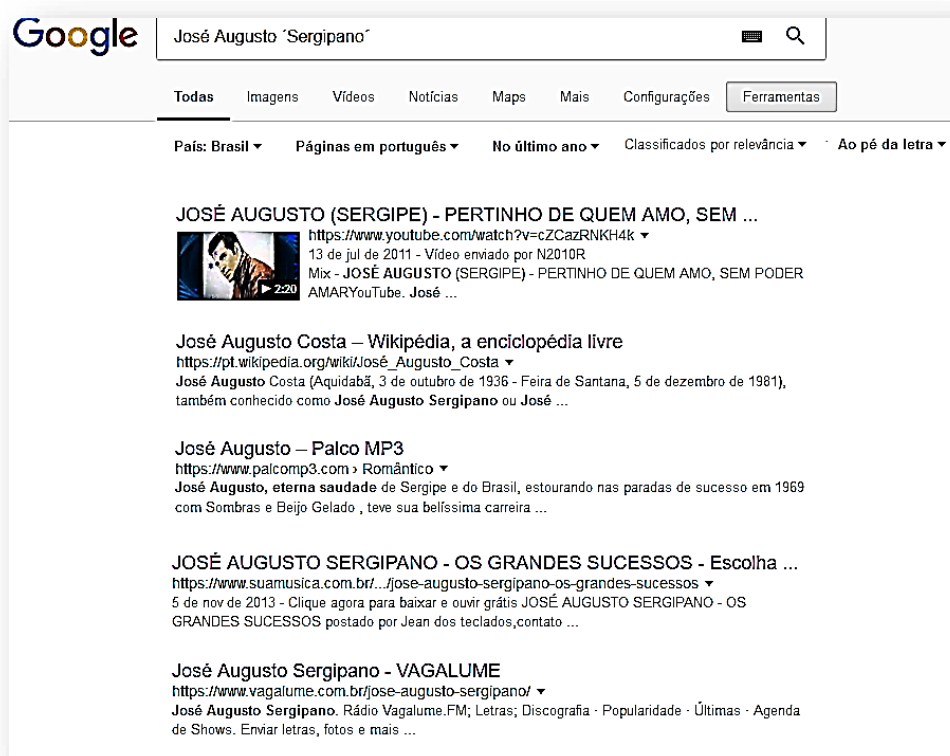
Para fins de análise, foram excluídos os dois primeiros resultados: o primeiro por se tratar de um vídeo e a pesquisa já contemplar uma análise dos vídeos como será visto no

---

<sup>42</sup> A Tabela completa com dados deste questionário encontra-se no Apêndice II.

próximo tópico e o segundo por se tratar de um *link* da Wikipédia, o que fugiria do escopo desta pesquisa, embora se reconheça que a Wikipédia se constitui num dos exemplos mais característicos da cultura participativa e que, na maioria dos casos, recebe a colaboração de fãs que desejam preservar a memória cultural de alguém ou de algum fato, mas, por se constituir numa organização, já institucionalizada, optou-se por excluí-la da análise.

**Figura 34 – Print Screen dos resultados de pesquisa através do Google em 01 de março de 2017 com a aplicação dos filtros “Páginas em português”, “País: Brasil”, “Período: No último ano”, “Classificados por relevância” e “Ao pé da letra” para os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’]**



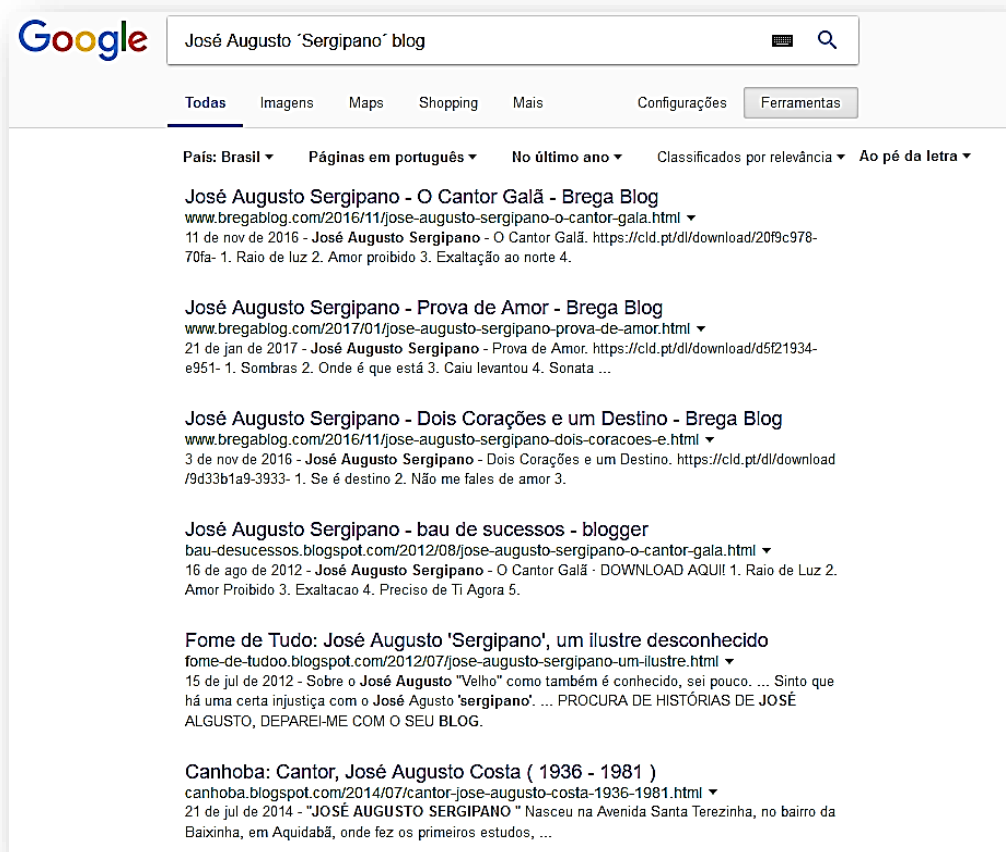
Fonte: elaboração própria a partir de pesquisa no Google (01/03/2017).

Foram selecionados, portanto, os *sites*: “Palco MP3”, “Sua Música” e “Vagalume” e, como amostra intencional, optou-se por também analisar o *blog* “Fome de Tudo”, por se constituir no *blog* mais bem ranqueado e mais antigo sobre José Augusto “Sergipano”, como mostra a Figura 35.

Cabe destacar que o “Brega Blog” e o “Baú de Sucessos”, que aparecem nas quatro primeiras posições da pesquisa, quando se utiliza os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’+ *blog*], com os mesmos filtros aplicados para a seleção dos *sites*: “Páginas em português”, “País: Brasil”, “Período: No último ano”, “Classificados por relevância” e “Ao pé

da letra”, destinam-se unicamente ao *download* de músicas do cantor, por essa razão foram excluídos da análise.

**Figura 35 - Print Screen dos resultados de pesquisa através do Google em 01 de março de 2017 com a aplicação dos filtros “Páginas em português”, “País: Brasil”, “Período: No último ano”, “Classificados por relevância” e “Ao pé da letra” para os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’ + blog]**



Fonte: elaboração própria a partir de pesquisa no Google (01/03/2017).

A Tabela 4 apresenta os três *sites* e o *blog* selecionados, bem como a plataforma de suporte, o conteúdo, o *link* e o número de visualizações, *downloads*, *plays* e/ou comentários.

**Tabela 4– Páginas de internet (*blogs* e *sites*) selecionadas para análise relativa à presença e memória cultural de José Augusto “Sergipano”**

	TÍTULO	PLATAFORMA	CONTEÚDO	LINK	VISUALIZAÇÕES
1	José Augusto Romântico - Aracaju /SE	Site “Palcomp3”	Letras de Música e Player de músicas	<a href="https://www.palcomp3.com/joseaugustoeternasaudade/">https://www.palcomp3.com/joseaugustoeternasaudade/</a>	1.753.001 plays
2	José Augusto Sergipano - Os Grandes Sucessos	Site “Sua Música”	Músicas	<a href="http://www.suamusica.com.br/Jeandos-teclados/jose-augusto-sergipano-os-grandes-sucessos">http://www.suamusica.com.br/Jeandos-teclados/jose-augusto-sergipano-os-grandes-sucessos</a>	13.783 Downloads 10.451 Plays
3	José Augusto Sergipano	Site “Vagalume”	Letras de Música e link para Play	<a href="https://www.vagalume.com.br/jose-augusto-sergipe/">https://www.vagalume.com.br/jose-augusto-sergipe/</a>	Ranking 39.636º. posição <b>13.667</b>
4	José Augusto 'Sergipano', um ilustre desconhecido	Blog “Fome de Tudo”	Texto sobre o cantor	<a href="http://fome-de-tudo.blogspot.com.br/2012/07/jose-augusto-sergipano-um-ilustre.html">http://fome-de-tudo.blogspot.com.br/2012/07/jose-augusto-sergipano-um-ilustre.html</a>	“comentários”

Fonte: elaboração própria a partir de pesquisa no Google (01/08/2017).

Analisando o primeiro *site* da tabela que é o “Palcomp3”<sup>43</sup>, observamos que com relação ao cantor Jose Augusto “Sergipano”, o *site* (Figura 36) apresenta as seguintes características: Disponibiliza músicas do cantor através de um *player*, no qual totaliza 21 músicas, que podem ser executadas (ouvidas) no próprio *site* e também permite ainda o *download* de forma livre, ou seja, é possível “baixar” essas músicas, apropriando-se dos arquivos<sup>44</sup>; Aponta a quantidade de vezes que suas músicas foram executadas pelos “fãs”, totalizando 1.753.001 *plays* até o momento, esse indicativo quer dizer que essa foi a quantidade de vezes que as músicas do cantor sergipano foram executadas no *site*, demonstra ainda, a quantidade de *plays* de cada música disponibilizada, ou seja, apresenta um *ranking* das músicas pelo critério de número de execuções (*plays*), com a música “sombras” em primeiro lugar com 433.446 *plays* e em último lugar, das vinte e uma músicas disponibilizadas no site, a “Ribalta da vida” com 25.496 *plays* (Figura 37).

Vale frisar que não há a indicação por parte do site da data de disponibilização de cada música, porém possibilita delimitar uma análise em um determinado período já que o site foi desenvolvido e disponibilizado a partir de 2003.

<sup>43</sup> O Palco MP3 é um site de divulgação musical desenvolvido em 2003 pela Studio Sol, empresa responsável pelos sites Cifra Club e Letras.mus.br e disponibiliza acesso a conteúdo relativo a mais de 114 mil artistas, 1 milhão de músicas e mais de 8 bilhões de *plays*. Disponível em: <https://www.palcomp3.com/> Acesso em: 01 de março de 2017.

<sup>44</sup> A questão dos direitos autorais do cantor é polêmica: a família não sabe dizer se as músicas encontram-se em domínio público ou se são de propriedade da Chantecler ou de outros meios de comunicação. Perguntado acerca da questão, um dos filhos do cantor informou que a sua mãe recebeu, durante algum tempo, os direitos autorais, mas, como se tratava de uma quantia muito pequena, terminou deixando de receber e de se preocupar com a questão. Não se tem conhecimento de nenhum tipo de ação demandando pelos direitos do cantor.

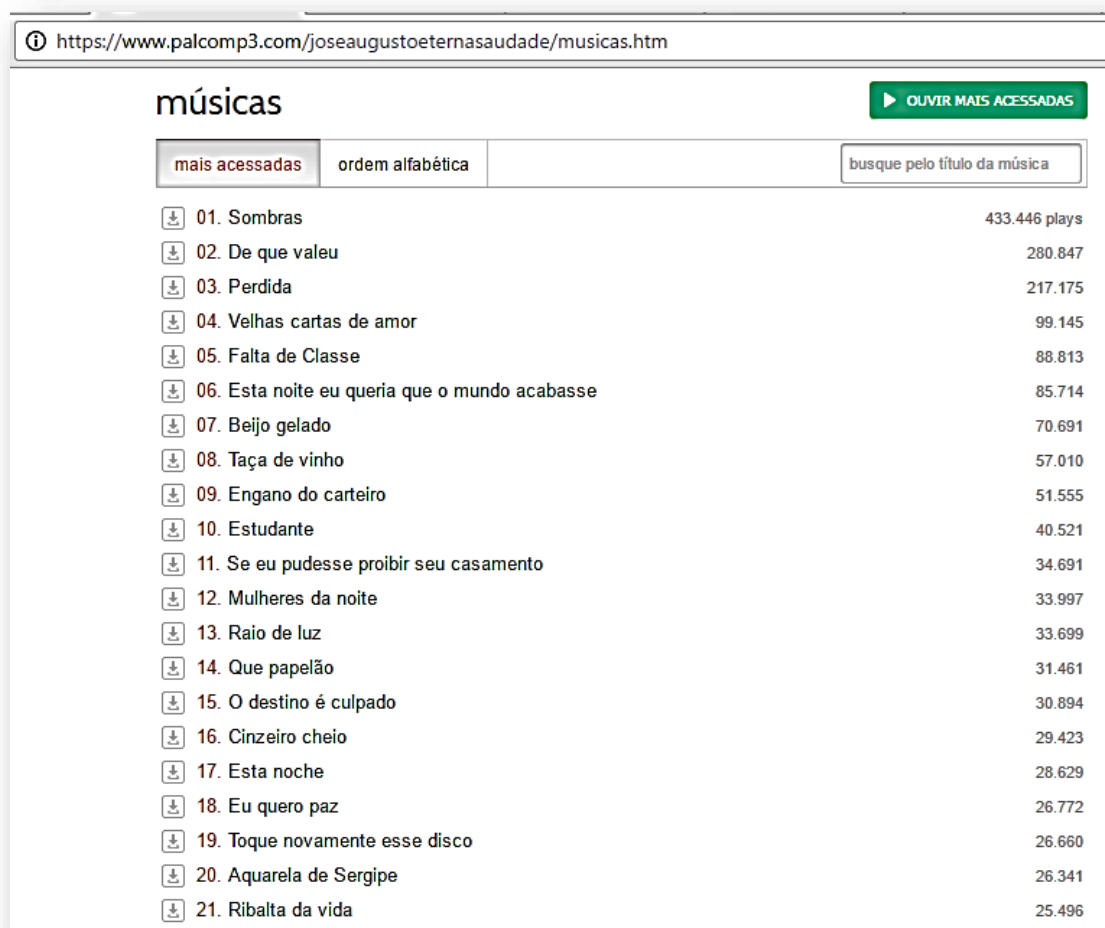


**Figura 36 - Print Screen da página do site Palco MP3, com informações relacionadas ao cantor José Augusto “Sergipano”**

The image is a print screen of the Palco MP3 website, specifically the profile page for José Augusto "Sergipano". The page layout includes a top navigation bar with links like "Cifra Club", "Letras.mus.br", "Notícias", "Fórum", "Guitar Battle", and "Forme Sua Banda". Below this is a header section with the "Palcomp3" logo and a banner for "Banda larga é VIVO FIBRA". The main content area is divided into several sections: a top section with the artist's name, a "1.753.001 plays" badge, and a "Recomendamos 53" button; a section with "ouvintes (857)" and "fãs" (fans); a "comentários (103)" section with user comments; and a sidebar on the right with a "contrate" button and a "enviar email" option. The footer contains a "Todos os artistas" section, a "Siga o Palco MP3" section with social media links, and a "Aplicativos" section with logos for Google Play, App Store, and Microsoft. The page also features a "CADASTRE SUA BANDA" button and a "O aplicativo de música mais baixado do Brasil" badge.

<https://www.palcomp3.com/joseaugustoeternasaudade/>

**Figura 37 - Print Screen da página do site Palco MP3, com ranking de músicas acessadas do cantor José Augusto “Sergipano”**



The image shows a web browser window with the URL <https://www.palcomp3.com/joseaugustoeternasaudade/musicas.htm>. The page title is "músicas". There are two tabs: "mais acessadas" (selected) and "ordem alfabética". A search bar on the right says "busque pelo título da música". A green button says "▶ OUVIR MAIS ACESSADAS". Below is a list of 21 songs with download icons and play counts.






Rank	Song Title	Plays
01.	Sombras	433.446 plays
02.	De que valeu	280.847
03.	Perdida	217.175
04.	Velhas cartas de amor	99.145
05.	Falta de Classe	88.813
06.	Esta noite eu queria que o mundo acabasse	85.714
07.	Beijo gelado	70.691
08.	Taça de vinho	57.010
09.	Engano do carteiro	51.555
10.	Estudante	40.521
11.	Se eu pudesse proibir seu casamento	34.691
12.	Mulheres da noite	33.997
13.	Raio de luz	33.699
14.	Que papelão	31.461
15.	O destino é culpado	30.894
16.	Cinzeiro cheio	29.423
17.	Esta noite	28.629
18.	Eu quero paz	26.772
19.	Toque novamente esse disco	26.660
20.	Aquarela de Sergipe	26.341
21.	Ribalta da vida	25.496

<https://www.palcomp3.com/joseaugustoeternasaudade/>

Além disso, observamos a conexão com outros *sites* voltados para a música, como é o caso do Cifraclub já citado anteriormente, *blogs* e redes sociais, tais como: Facebook, YouTube, entre outras, o que demonstra a intenção de promover a comunicação entre os “fãs” do artista, posto que o *site* que funciona como um mural e/ou um canal de informações. A página com conteúdo sobre o cantor possui, 392 fãs e um total de 103 comentários relacionados, dentre os quais destacam-se os dos fãs Fã2, Fã3, Fã4, Fã5 e Fã6 (Tabela 5).

Tais comentários indicam o anseio dos “fãs” por mais informações acerca do cantor José Augusto “Sergipano”, como no comentário do Fã6; a troca de informações, como no exemplo do Fã4, que divulga um outro *site* do cantor, de amigos, tal qual o Fã3; contemporâneos, como os Fã2 e Fã5, contribuindo, assim, para ajudar a manter viva a memória do cantor sergipano.

**Tabela 5 – Comentários acerca do cantor José Augusto “Sergipano” no *site* Palco MP3**

Fãs e seus comentários no site palcomp3	
Fã2	 <p>N[redacted] q saudade do tempo em q agente podia ouvir músicas de verdade, é uma pena não tive a oportunidade de conhecer pessoalmente esse cantor tão perto da minha cidade siriri. jan/14 • Curtir • 🍷 2</p>
Fã3	 <p>N[redacted] a talvez amigo o mais humilde de todo estado de serjipe dono de um talento inegulavel magnifico nos palcos que se apresentava com toda serteza estar com jesus esse excelente mito que tbm aprendi a ser fan fev/14 • Curtir • 🍷 1</p>
Fã4	 <p>A[redacted] Ola para quem quiser conhecer mais sobre a carreira e vida do Jose Augusto: lalex2 ponto wix ponto com barra jose-augusto 09/mar/16 às 10:11 • Curtir • 🍷 0</p>
Fã5	 <p>[redacted] a esta musica faz parte das minhas lembranças de 1969 ainda garoto, ouvi certa vez e ficou gravada na minha memoria Nov/14 • Curtir • 🍷 0 • ouvindo Estudante</p>
Fã6	 <p>E[redacted] o ALGUÉM SABE ONDE ENCONTRO A MUSICA GUARANIA DA NOITE TRISTE???</p> <p>Jul/14 • Curtir • 🍷 0 • ouvindo Perdida</p>

Fonte: elaboração própria a partir da página do site <https://www.palcomp3.com/joseaugustoeternasaudade/>

O segundo *site* melhor ranqueado, “Sua Música” (Figura 38), apresenta uma página criada por um fã (Fã7), dentro do ambiente do portal “Sua Música”. Como o nome indica, o portal permite que sejam compartilhados arquivos musicais, integrando o universo da cultura participativa.

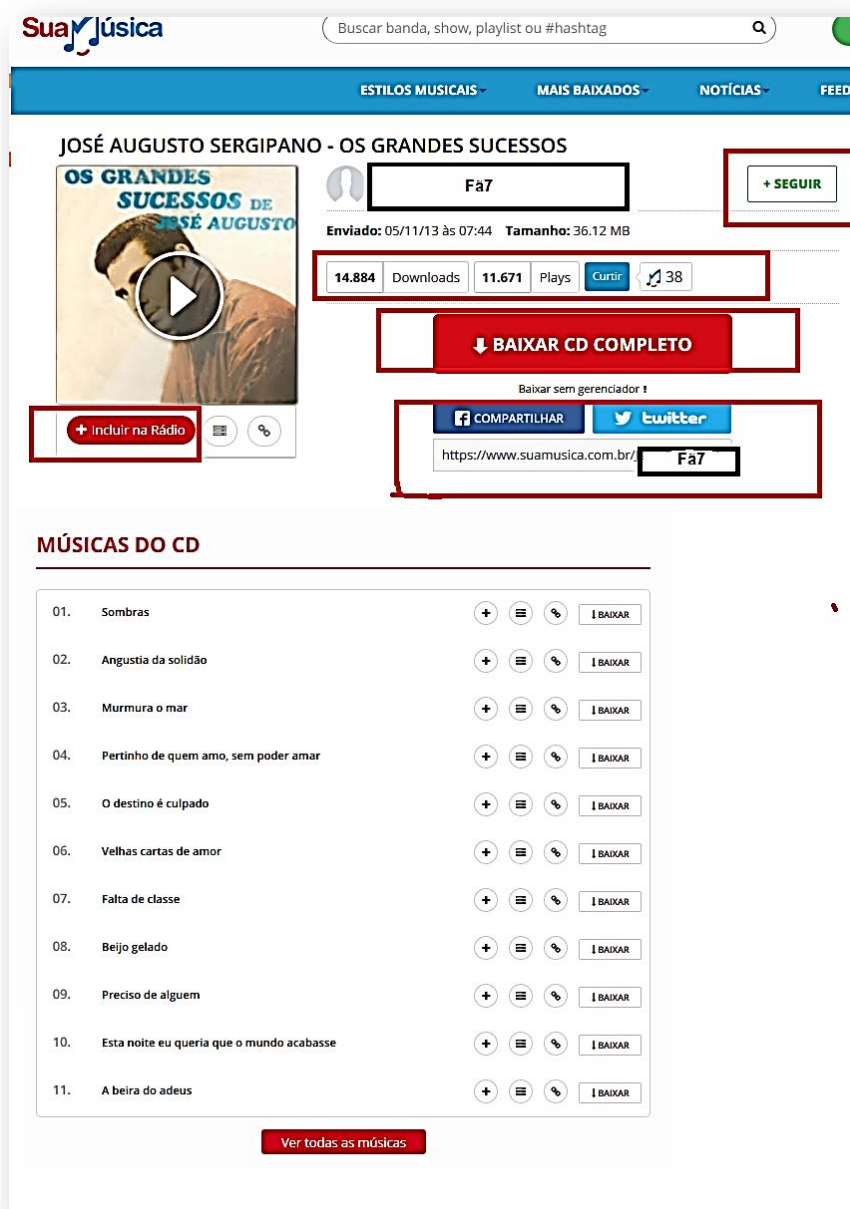
**Figura 38 - Print Screen da página criada pelo Fã7 no Portal Sua Música**



Fonte: <https://www.suamusica.com.br/Jeandosteclados/jose-augusto-sergipano-os-grandes-sucessos>. Figura editada para manter no anonimato a identidade do Fã7.

Nesse ambiente, o Fã7, disponibilizou, em 05 de novembro de 2013, um arquivo contendo 14 músicas para *download* que obtiveram 14.650 *downloads*, 38 curtidas e 11.512 *plays* (quantidade de vezes que as músicas foram executadas na página). Há também a possibilidade de criar uma *playlist*, “clitando” em “Incluir no Rádio”, e interagir com outros fãs, por meio de comentários e de redes sociais como o Facebook e o Twitter (Figura 39).

**Figura 39 - Print Screen da página do site Sua Música**



A screenshot of the 'Sua Música' website interface. At the top, there's a search bar and navigation links for 'ESTILOS MUSICAIS', 'MAIS BAIXADOS', 'NOTÍCIAS', and 'FEED'. The main content area features a profile for 'Fã7' with a '+ SEGUIR' button. Below the profile, it shows the album 'OS GRANDES SUCESSOS DE JOSÉ AUGUSTO SERGIPANO' with a play button icon. Statistics are displayed: 14.884 Downloads, 11.671 Plays, and 38 Curtir. A large red button says '↓ BAIXAR CD COMPLETO'. Below this, there are social media sharing options for Facebook and Twitter, and a URL bar showing 'https://www.suamusica.com.br/'. A section titled 'MÚSICAS DO CD' lists 11 songs with 'I BAIXAR' buttons next to each. At the bottom, there's a red button that says 'Ver todas as músicas'.

**JOSÉ AUGUSTO SERGIPANO - OS GRANDES SUCESSOS**

Enviado: 05/11/13 às 07:44 Tamanho: 36.12 MB

14.884 Downloads 11.671 Plays Curtir 38

**↓ BAIXAR CD COMPLETO**

Baixar sem gerenciador !

COMPARTILHAR twitter

https://www.suamusica.com.br/ Fã7

**+ Incluir na Rádio**

**MÚSICAS DO CD**

01.	Sombras	+ ≡ %	I BAIXAR
02.	Angustia da solidão	+ ≡ %	I BAIXAR
03.	Murmura o mar	+ ≡ %	I BAIXAR
04.	Pertinho de quem amo, sem poder amar	+ ≡ %	I BAIXAR
05.	O destino é culpado	+ ≡ %	I BAIXAR
06.	Velhas cartas de amor	+ ≡ %	I BAIXAR
07.	Falta de classe	+ ≡ %	I BAIXAR
08.	Beijo gelado	+ ≡ %	I BAIXAR
09.	Preciso de alguém	+ ≡ %	I BAIXAR
10.	Esta noite eu queria que o mundo acabasse	+ ≡ %	I BAIXAR
11.	A beira do adeus	+ ≡ %	I BAIXAR

**Ver todas as músicas**

Fonte: <https://www.suamusica.com.br/Jeandosteclados/jose-augusto-sergipano-os-grandes-sucessos>

O Portal “Vagalume”<sup>45</sup>, terceiro *site* selecionado, apresenta um *player* para que os “fãs” possam ouvir as músicas, além de algumas formas de interação, como por exemplo, curtir a página, compartilhar as músicas disponibilizadas no *site*, inclusive por meio de algumas redes sociais. Também permite comentar, enviar letras, fotos, enfim, informações sobre o cantor sergipano, destacando o caráter participativo do *site*, daí depreendendo que tal ação pode contribuir para a preservação da memória cultural do cantor (Figura 40).

**Figura 40 – Print Screen da página do cantor José Augusto “Sergipe” no site Vagalume**



Fonte: <https://www.vagalume.com.br/jose-augusto-sergipe/>

O Vagalume apresenta um “medidor de popularidade”, através de um *ranking* dos artistas, que funciona de forma dinâmica, a partir da medição de acesso às músicas, letras ou informações.

Entre os meses de novembro de 2015 e janeiro de 2017, esse “medidor de popularidade” (Figura 41), oscilou de maneira mais significativa do que o padrão, indicando que, possivelmente, os contatos para a pesquisa sobre a biografia do cantor possam ter estimulado a busca por referências ou músicas.

<sup>45</sup> O Vagalume é um portal brasileiro de música, criado em 2002 pelo casal Ana Letícia Torres e Daniel Lafraia e um dos mais acessados do gênero no país. A *fanpage* do Vagalume no Facebook se encontra entre as vinte mais frequentadas do Brasil (SOCIAL BAKERS, 2017).

**Figura 41 – Print Screen do “Medidor de Popularidade” do site Vagalume para o cantor José Augusto “Sergipano” do período entre os meses de novembro de 2015 e janeiro de 2017**



Fonte: <https://www.vagalume.com.br/jose-augusto-sergipano/popularidade/>

Cabe destacar também que houve um “pico” de popularidade (Figura 42), quando a posição do cantor subiu do 42.120º lugar (janeiro de 2017) para o 14.795º lugar (fevereiro de 2017). Em 29 de janeiro de 2017, como já foi mencionado, este autor postou no *blog* do site criado para o cantor e em sua *fanpage*, notícia sobre a Homenagem de Artistas Sergipanos ao cantor José Augusto, programada para o dia 02 de junho de 2017, postagem que pode ter acarretado o aumento de interesse pelo cantor.

**Figura 42 – Print Screen do “Medidor de Popularidade” do site Vagalume para o cantor José Augusto “Sergipe” do período entre os meses de novembro de 2015 e janeiro de 2017**



Fonte: <https://www.vagalume.com.br/jose-augusto-sergipano/popularidade/>



O *blog* “Fome de tudo” (Figura 43), última publicação da amostra, possui um total de 45.104 visualizações e 16 comentários. O autor e responsável por suas postagens assina como Rafa Aragão. O *blog* serviu como motivação inicial para o presente projeto de pesquisa, após a leitura da frase: “José Augusto ‘Sergipano’ - Um Ilustre Desconhecido”, como já foi observado.

Figura 43 – *Print Screen* do blog Fome de Tudo com alusão ao cantor José Augusto “Sergipano”



Fonte: <http://fome-de-tudo.blogspot.com.br/2012/07/jose-augusto-sergipano-um-ilustre.html>

A análise do *blog*, em especial dos comentários de nove fãs (Tabela 6), selecionados intencionalmente entre os 16 comentários disponíveis, uma vez que sete desses comentários resumem-se a frases do tipo: “contemporâneos, comentem” ou “gostaria que tivesse alguns vídeos com o cantor José Augusto” (sic).

**Tabela 6– Comentários no blog “Fome de Tudo”**

	<b>Fãs e seus comentários no blog Fome de Tudo</b>
Fã8	<p><b><u>Fã8 -31 de outubro de 2012 16:02</u></b>  RAFA, HOJE, NÃO SEI PORQUE ESTAVA PROCURANDO ALGUMA COISA NO GOOGLE, QUANDO DEPAREI-ME COM A MONTAGEM DE UM ESPETÁCULO SOBRE VICENTE CELESTINO. ACHEI MUITO INTERESSNTE, DE REPENTE ME VÊM A CABEÇA ESTE GRANDE CANTOR SERGIPANO, VÍTIMA DO ESQUECIMENTO. NÓS VALORIZAMOS E CTAMOSTANTOS ARTISTAS QUE VÊM DE OUTRAS LOCALIDDES E PORQUE NÃO EXALTARMOS O NOSSO SERGIPE? SAÍ ETÃO NO GOOGLE A PROCURA DE HISTÓRIAS DE JOSÉ ALGUSTO, DEPAREI-ME COM O SEU BLOG. ME AJUDE NESSA LOUCURA: VAMOS PESQUISAR PARA TEATRALIUZAR, ATRAVPÉS DE UM MUSICAL A HISTÓRIA DO CANTOR JOSÉ AUGUSTO??? SOU Fã8, ATOR SERGIPANO. MEUS CONTATOS: xxxxxx@hotmail.com Fones: 8xx- xxxx / xxxx-xxxx</p>
Fã9	<p><b><u>Fã926 de marco de 2013 11:19</u></b>  Tenho 31 anos e descobri as músicas de José Augusto através da Rádio Aperipê AM. Que grande descoberta! Muito me orgulho em saber que um conterrâneo meu cantava com a alma e com certeza fez a felicidade de milhares de ouvintes. Sim, porque música é um alimento para o espírito. Pena que nasci somente no ano em que ele morreu, queria ter vivenciado essa época. Ah, ouço bastante as músicas de José Augusto, e destaco, além de Sombras, as músicas "Velhas Cartas de Amor" e "Angústia da Solidão"</p>
Fã10	<p><b><u>Fã107 de janeiro de 2014 12:33</u></b>  Meu nome é xxxxxxx xxxxxxxx. Faço parte de um projeto ainda em andamento, uma banda de músicas românticas/bregas, idealizada por mim e administrada por um primo de José Augusto Sergipano, o xxxxxxxx. Estamos ensaiando músicas como Beijo Gelado, Sombras, Perdoa-me, Abraça-me, e outras. Devemos ter um pouco mais de respeito a um homem que lutou e venceu na vida. Conseguir gravar um LP é algo honroso, ainda mais na Chantercler. Não é pra qualquer um, não. Ele esteve nos topos das paradas de sucesso, ao lado de seus coneporâneos Altemar Dutra e Waldik Soriano, colega de gravadora por muitos anos.</p>
Fã11	<p><b><u>Fã11 7 de agosto de 2015 11:52</u></b>  xxxxxxx fabor me envia a Biografia de Jose Augusto toy fazendo um recopilatorio dos cantantes esquecidos de nosso Brasil pra editar 1 libro queria preguntase pro seu primo esos dados aqui como xxxxxx pode me responder Grato jji</p>
Fã12	<p><b><u>Fã12 15 de marco de 2014 01:02</u></b>  Massa isso, sou sergipana, escutava José Augusto graças ao meu pai, é decepcionante q os próprios sergipanos, em sua maioria, desconhecem ele e seu trabalho</p>
Fã13	<p><b><u>Fã13 13 de setembro de 2014 07:04</u></b>  sou alagoano adora esta cidade de aracaju e sou fã deste ilustre cantor jose augusto</p>
Fã14	<p><b><u>Fã 14 25 de junho de 2015 19:58</u></b>  Eu escutei muito o José Augusto, quando ainda era adolescente, gosto bastante de sua voz e de muitas canções por ele interpretada. Hoje tenho dezesseis discos já passados para CD, feitos por mim. Agora estou penando para colocar as datas dos mesmos, pois até agora não conseguir na internet essas informações é que não tive o cuidado quando estava com os discos de pegar a data de gravação. Se poder me auxiliar nessa batalha ficarei contente e agradecido. Estou no FACE, meu nome é xxxxxxx xxxx xxxx - São Bento do Una-PE.</p>
Fã15	<p><b><u>Fã15 2 de setembro de 2015 22:37</u></b>  Eu quando criança e adolescente em Salvador ouvia muito José Augusto Sergipano, e até hoje ouço suas musicas, pena que foi esquecido, mas tem uma parcela de fãs que ainda o admira, parabéns pela nota sobre o Zé</p>
Fã16	<p><b><u>Fã16 11 outubro de 201611 de outubro de 2016 15:56</u></b>  Meu nome é xxxxxxxxxxx e acabei de conhecer a história magnifica desse cantor, através do watsap e fiquei mais encatad aindo em pesquisar as suas músicas. Ganhrou mais fã a partir de hoje.</p>

Fonte: elaboração própria a partir do blog com endereço <http://fome-de-tudoo.blogspot.com.br/2012/07/jose-augusto-sergipano-um-ilustre.html>



O espaço de comentários do *blog* funciona como espaço de divulgação de ideias e projetos: o Fã8 convida o autor do *blog*, que ele trata por “Rafa”, para que juntos possam montar um espetáculo sobre o cantor Sergipano; o Fã10, comenta que, em parceria com um primo de José Augusto “Sergipano”, está montando uma banda cujo repertório será constituído por músicas românticas/bregas e já ensaiam algumas do cantor; o Fã11 informa que está escrevendo um livro sobre cantores esquecidos do Brasil e pede ajuda; de São Bento do Una, Pernambuco, o Fã14, que diz já ter 16 discos digitalizados na forma de CDs, solicita, a quem tiver, as datas de gravação dos mesmos, para que a coleção possa ficar melhor organizada. Três comentários são de internautas que se declaram novos fãs (Fã9, Fã12 e Fã16) e dois de contemporâneos do cantor (Fã13 e Fã16).

As análises empreendidas nos três *sites* e no *blog* permitem, ainda que parcialmente, compreender o tipo de funcionamento das comunidades que se vinculam a José Augusto “Sergipano”. Como preconiza Jenkins (2006b), a cultura participativa é impulsionada por uma inteligência coletiva e os membros de uma comunidade contribuem de maneira desigual, alguns de forma mais intensa, outros menos, mas sempre acreditando que cada contribuição é importante.

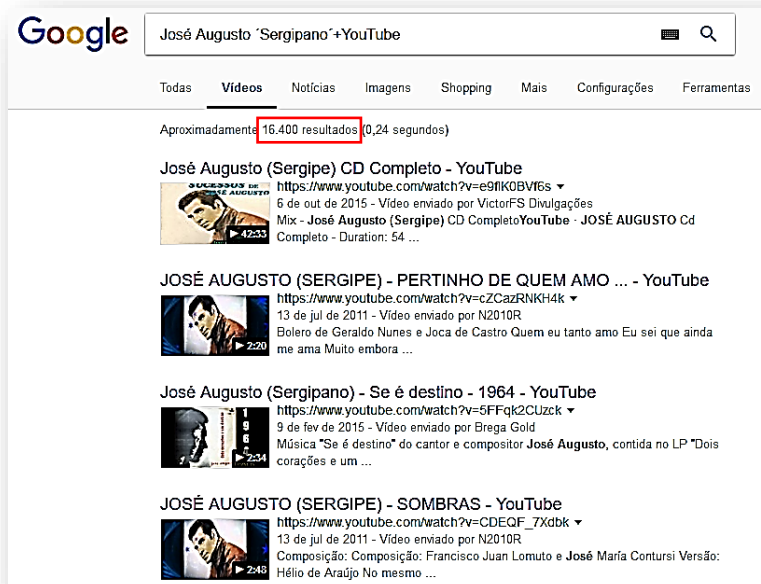
A criação de *sites* e *blogs* específicos para o cantor, as interações mediadas por *sites* de redes sociais digitais, a possibilidade de obter dados, informações ou arquivos de áudio com as canções e, principalmente de compartilhar o apreço pela música, por um determinado tempo e estilo de vida, colocam em contato personalidades, tempos e espaços diferentes, interagindo em torno de um interesse comum sob o suporte da internet. Talvez sem ela, a internet, todos os dados coletados nesse segundo momento pudessem estar perdidos ou se perdendo.

### **3.3.3 Terceira Coleta – YouTube**

Para a terceira coleta foi escolhido o YouTube, como já foi citado, constitui-se num dos exemplos mais claros da cultura participativa, sendo o maior portal de compartilhamento de vídeos da atualidade. Em pesquisa empreendida através do Google sobre a presença de José Augusto “Sergipano” no YouTube, utilizando os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’+YouTube] e aplicando-se o filtro “vídeos”, surgiram 16.400 resultados (Figura 44).

Paralelamente, procedeu-se uma pesquisa dentro do próprio YouTube, utilizando o operador lógico [José Augusto 'Sergipano'], apresentando-se uma lista de 8.020 resultados (Figura 45).

**Figura 44 - Print Screen dos resultados de pesquisa através do Google em 01 de março de 2017 com a aplicação do filtro “vídeos para os operadores lógicos [José Augusto 'Sergipano'+YouTube]**



Fonte: elaboração própria a partir de pesquisa no Google (01/03/2017).

**Figura 45 – Print Screen dos resultados de pesquisa através do YouTube em 01 de março de 2017 com os operadores lógicos [José Augusto 'Sergipano']**



Fonte: elaboração própria a partir de pesquisa no YouTube (01/03/2017).

É interessante notar que na pesquisa realizada na própria página do YouTube, ao lado dos resultados aparece o número de visualizações, razão pela qual optamos por analisar os cinco canais com maior número de visualizações (Tabela 7).

**Tabela 7 - Resultados com maior número de visualizações no YouTube em 01 de março de 2017 com os operadores lógicos [José Augusto 'Sergipano']**

	TÍTULO	CANAL	PUBLICAÇÃO (DATA)	VISUALIZAÇÕES
1	José Augusto (Sergipe) CD Completo	VictorFS Divulgações	06/10/2015	72.950
2	José Augusto (Sergipe) - Pertinho de quem amo, sem poder amar	N2010R	13/07/2011	64.092
3	José Augusto - Aquarela de Sergipe	Sane Lima	20/02/2008	63,313
4	José Augusto (Sergipano) - Se é destino - 1964	Brega Gold	09/02/2015	26.862
5	Jose Augusto - Guaranã da noite triste	Percilio Santos	05/01/2015	17.381

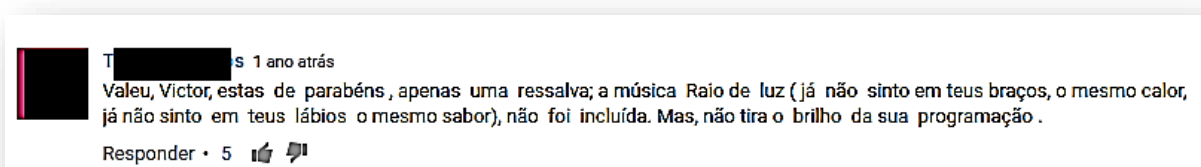
Fonte: elaboração própria a partir de pesquisa no YouTube.

O canal com maior número de visualizações no vídeo postado do cantor é o VictorFSDivulgações, voltado para a divulgação de *shows* e CDs e *download* de filmes e séries. Criado em 6 de janeiro de 2015, possui 30.229 seguidores, disponibiliza além de vídeos *playlists*, não disponibiliza espaço para Discussão (comentários) em sua página principal.

O vídeo postado no canal “José Augusto (Sergipe) CD Completo“, com duração de 42’32’’, na verdade não é propriamente um vídeo, mas um arquivo em que o áudio é o conteúdo central, reunindo um conjunto de músicas, com uma única imagem, a capa de um LP intitulado “Os Grandes Sucessos de José Augusto”. Foram postados 98 comentários<sup>46</sup>, elogiando as músicas, agradecendo pelo compartilhamento e lamentando o falecimento precoce e o esquecimento do cantor. Não há nenhum comentário que desabone ou critique, quer seja o cantor, quer seja o estilo de música, pelo contrário, os textos corroboram com a ideia de a memória do cantor deve ser preservada. O caráter colaborativo também pode ser verificado, por exemplo, no comentário do Fã17 (Figura 46).

<sup>46</sup> Os comentários estão disponíveis em: < <https://www.youtube.com/watch?v=e9fIK0BVf6s>>.

**Figura 46 – Print Screen de comentário do Fã 17 no Canal VictorFSDivulgações**



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=e9fIK0BVf6s> (01/03/2016).

Criado em dezembro de 2009, o canal N2010R, se apresenta da seguinte forma:

Esse canal não é só meu. Ele é nosso. Ele é das pessoas que retornam ao tempo através da música. Ele é do artista esquecido pela mídia. Ele é do artista que o povo adora... Ele é do compositor que faz a gente feliz através de suas composições. Ele é da música antiga, ele é dos românticos, ele é da galera dos tempos de hi fi americano, com cuba libre e coca cola. Ele é do pessoal que curtiu Rádio Mundial, Jovem Guarda. Ele é teu, que chora ao lembrar de coisas boas ele é das pessoas que emprestavam seus LPs aos amigos. Enfim, ele é Meu, Seu, Nosso! Por isso.,Eu agradeço aqueles que emprestam os seus discos virtuais. para que possamos escutar aqui. Agradeço informações preciosas sobre compositores, pois sem eles as músicas não existiriam. Então, Vamos matar a saudade dos bons tempos da Música (N2010R, 2009) (*sic*).

A apresentação do criador do canal insere-se no âmbito de uma cultura participativa, na qual os espaços, muitas vezes, são projetados para favorecer o compartilhamento e a interação. O N2010R possui 140.781 inscritos e 161.791.894 visualizações, interage com outros canais e possui uma área de discussão com 239 comentários na página principal.

Mais uma vez, não se trata de um vídeo, mas de um arquivo que, nesse caso tem apenas uma imagem e uma música, “Quem eu tanto amo”, com duração de 2’19’’, um bolero de Geraldo Nunes e Joca de Castro, gravado pelo cantor.

A página de comentários é composta por 38 interações<sup>47</sup> e, além de elogios e agradecimentos, é marcada por uma polêmica (Figura 47) em torno de uma intervenção do Fã18 que critica José Augusto “Sergipano”, sua voz, músicas e estilos e elogia o outro cantor conhecido por “José Augusto” (que é carioca), recebendo mensagens mais duras (como a do Fã19) e mais didáticas (Fã20).

<sup>47</sup> Os comentários estão disponíveis em: <<https://www.youtube.com/watch?v=cZCazRNKH4k>>.

**Figura 47 – Print Screen de página de comentários envolvendo fãs do canal N2010R**



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=cZCazRNKH4k>.

O terceiro canal examinado, “Sane Lima”, não possui apresentação descrita, foi criado em junho de 2007, tem 25 inscritos, 658.191 visualizações, disponibiliza dois *playlists* e na página de discussões possui apenas três comentários na sua página principal. O canal é dedicado exclusivamente ao cantor sergipano e tem sete vídeos, todos postados há pelo menos seis anos<sup>48</sup>.

Os comentários que acompanham a postagem da música “Aquarela de Sergipe” (em número de 14), composta por G. Santos e S. Oliveira<sup>49</sup>, gravada em 1978 pela *Chantecler* parecem ter sido influenciados pela letra da música, que exalta as belezas do estado, sua culinária, os heróis que foram para a guerra e o petróleo “esperança do Brasil”, enaltecendo o estado. O primeiro comentário postado (Figura 48), pelo Fã21, traz uma frase inadequada, referindo-se a Sergipe como o “terreiro da bahia” (sic).

Tal fato concentrou a discussão em torno do tema, mesmo com o atenuante, “mas uma terra maravilhosa e acolhedora” irritou a maioria dos que comentaram no espaço, formando uma micro rede em defesa de Sergipe e “contra” o autor do polêmico do comentário.

<sup>48</sup> O canal compartilhou uma *playlist* de 2h20’ com o nome de “Jogos Vorazes”, do canal Filmes do YouTube, em novembro de 2012, mas a mesma não se encontra mais disponível.

<sup>49</sup> Dados disponíveis no próprio canal que não puderam ser comprovados através das pesquisas realizadas através do Google.

**Figura 48 – Print Screen do comentário do Fã21 no canal do YouTube “Sane Lima”.**



Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=mumgcH3L\\_JA](https://www.youtube.com/watch?v=mumgcH3L_JA).

Assmann e Czaplicka (1995), ao discutirem a identidade cultural, chamam a atenção para o fato de que essa identidade deriva de um sentimento de pertencimento e a cultura resulta de um processo de socialização e aprendizado de costumes. O choque nas páginas de comentários, entre baianos e sergipanos derivam de uma identidade de base, sergipana, com laços mais fortes do que os laços firmados pela *web*, que matém em conexão muito próxima as estruturas forjadas através da memória diária, rotineira. José Augusto “Sergipano” é, portanto, em primeira instância, sergipano e essa titularidade o une fortemente aos seus conterrâneos.

Retomando a análise do vídeo, com duração de 3’38’’, que, neste caso, é composto por uma série de fotos: do cantor, das capas de seus LPs, da ponte do imperador, da cidade de Laranjeiras, do rio São Francisco, da praia de Atalaia, entre outras, que reafirmam essa memória cultural do dia a dia do sergipano, não se resumindo ao áudio.

O “Brega Gold”, criado em janeiro de 2015, também não apresenta descrição do canal. Com 2.297 inscritos e 701.170 visualizações, o canal não tem comentários em sua página principal, embora disponibilize o espaço para Discussão.

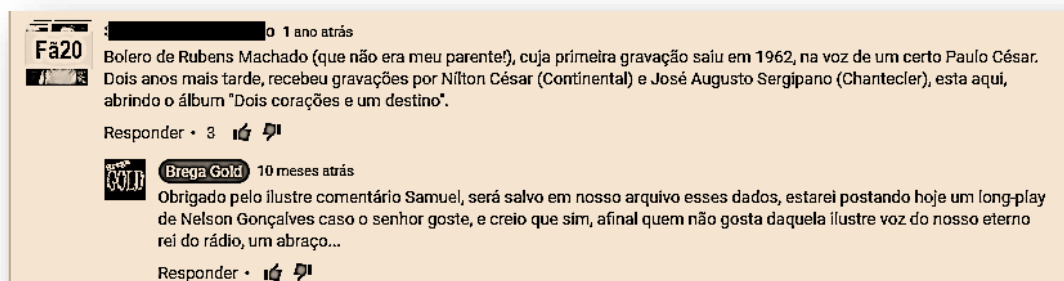
Na postagem do vídeo: “Se é destino”, mais uma vez composto apenas por uma imagem, o criador do canal informa que a música estrai contida no LP “Dois corações e um destino”, o terceiro LP do cantor, lançado em 1964 pela *Chantecler*. Trata-se, de acordo com o próprio canal, de uma composição de Rubens Machado, aparecem 14 comentários<sup>50</sup>.

Essa página se diferencia das outras já analisadas, em função de algumas características: o primeiro comentário é do próprio canal, divulgando a página do “Brega Gold”, no Facebook, numa estratégia de *cross media* (JENKINS, 2008); o segundo comentário, recebe uma interação do criador do próprio “Brega Gold” (Figura 49), que além de agradecer informa que disponibilizará um outro LP, de Nelson Gonçalves, que pode interessar ao Fã20; o Fã20, por sua vez, é o mesmo que interagiu no canal N2010R, e, optamos por manter a mesma identidade,

<sup>50</sup> Os comentários estão disponíveis em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5FFqk2CUzck>>.

para mostrar que entre as diferentes fontes de informação sobre o cantor José Augusto “sergipano”, vão se formando outras redes, focadas em interesses comuns que vão além à carreira do cantor, como por exemplo, o estilo de música romântico/brega.

**Figura 49 – Print Screen da integração entre o Fã20 e o criado do canal “Brega Gold” na página de comentários**



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=5FFqk2CUzck>.

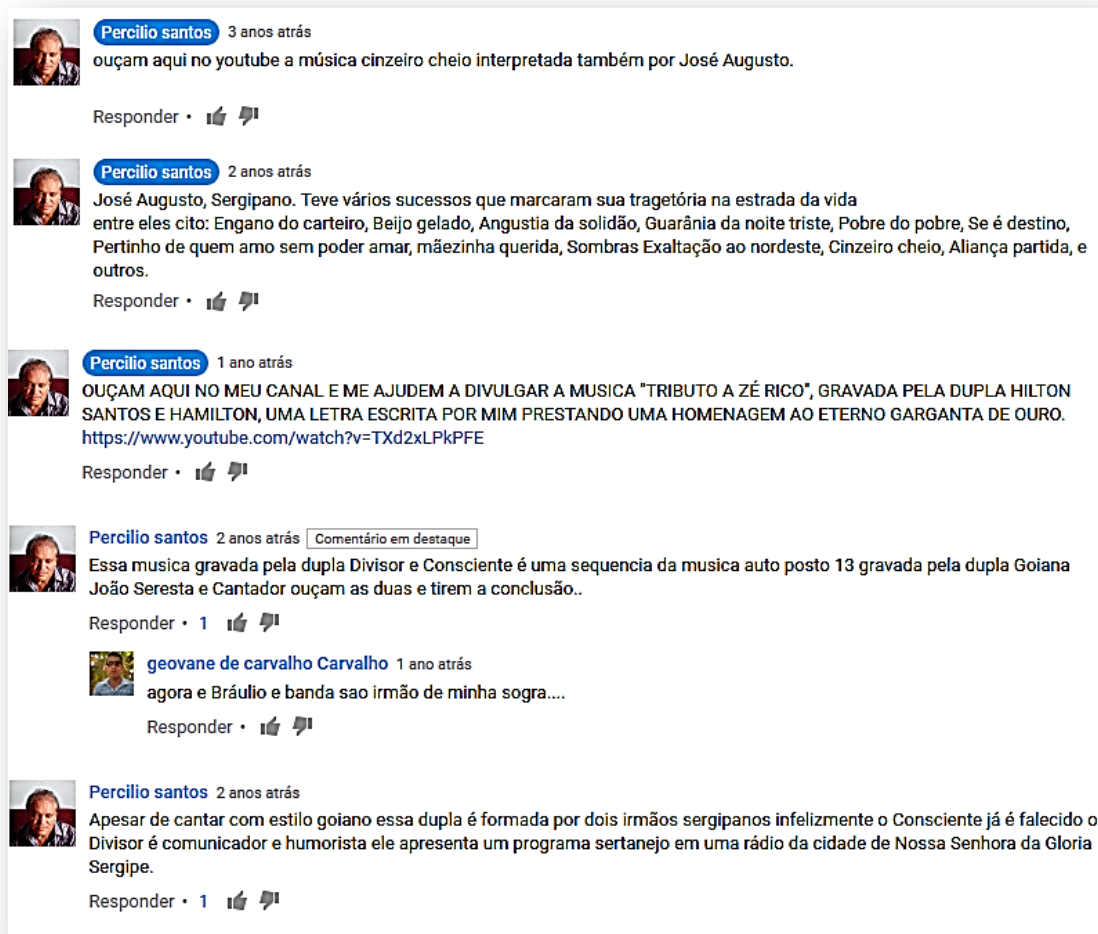
“Percílio Santos” é o canal que apresenta maior número de visualizações: 4.163.039, com 6.371 inscritos. Criado em agosto de 2008, não apresenta uma descrição, mas interage com vários canais de temas variados e disponibiliza *playlists*. O canal de Discussão da página principal tem apenas três comentários: dois pedindo informações sobre duplas cujos vídeos foram disponibilizados no canal e um elogiando a possibilidade de ouvir boa música.

Os comentários que acompanham o vídeo (nesse caso, novamente, um arquivo que contém uma única imagem e o áudio de uma música) de “Guarânia da noite triste”, em número de 13<sup>51</sup>, são, em sua maioria - oito - escritos por internautas que utilizam *nicknames* (apelidos) do gênero feminino, mas, indistintamente, todos os comentários se referem a saudades e a qualidade da música e da voz do cantor.

Buscando mais informações acerca do canal, uma vez que é o com maior número de visualizações, mais de um milhão, verificamos que o criador costuma interagir das Discussões (Figura 50), divulgando, esclarecendo e incentivando a visita do seu espaço. “Percílio Santos” também tem uma forte presença nas redes sociais (Facebook, Google+, Picassa, Live), indicando que o interesse por música e pelo compartilhamento recebem um elevado nível de atenção.

<sup>51</sup> Comentários disponíveis em: <https://www.youtube.com/watch?v=KOOwvWH1A7Q>>.

**Figura 50 - Print Screen de comentários publicados pelo criador do canal “Percílio Santos” no YouTube**



Fonte: Canal “Percílio Santos” no YouTube

Analisando ainda um universo de 28 canais do YouTube e 82 conteúdos relacionados ao cantor sergipano é possível ainda, apontar um *ranking* com as 10 *músicas* mais acessadas, considerando, por exemplo, a quantidade de visualizações desses conteúdos, que em quase sua totalidade são de músicas do artista (Tabela 8).

Vale frisar que a ordem do ranking a partir do número de visualizações pode ser alterada à medida que os conteúdos forem sendo acessados pelos internautas.



**Tabela 8 – Ranking das 10 músicas mais acessadas do cantor José Augusto “Sergipano” no YouTube, considerando o número de visualizações**

	MÚSICA	CANAIS (quantidade)	VISUALIZAÇÕES
1	Beijo Gelado	3	183.376
2	Sombras	6	181.425
3	Pertinho de quem amo sem poder amar	5	82.473
4	Esta noite eu queria que o mundo acabasse	4	72.693
5	Aliança Jogada	4	72.489
6	Amor Proibido	3	58.746
7	Abraça me	3	35.312
8	Aquarela de Sergipe	3	33.025
9	Exaltação ao Norte	2	27.533
10	Minha Mãezinha	2	26.134

Fonte: elaboração própria a partir de pesquisa no YouTube.

Encerrada esta etapa de coleta, e antes de encaminhar os resultados para as considerações finais, faz-se necessário, antes de tudo, retomar a discussão acerca da importância da memória. Uma passagem interessante, da obra de Pierre Nora, em que o autor discute os lugares da memória:

[...] os lugares de memória são, em primeiro lugar, lugares em uma tríplice acepção: são lugares materiais onde a memória social se ancora e pode ser apreendida pelos sentidos; são lugares funcionais porque tem ou adquiriram a função de alicerçar memórias coletivas e são lugares simbólicos onde essa memória coletiva – vale dizer, essa identidade – se expressa e se revela. São, portanto, lugares carregados de uma vontade de memória (NORA, 1993, p.15).

Nessa linha, *sites*, *blogs*, redes sociais digitais, plataformas de compartilhamento de vídeos, reinserem-se no âmbito cultural como lugares de memória material, funcional e simbólica de José Augusto “Sergipano”.

A fundamentação acerca do lugar da memória teve lugar, igualmente, na obra de Halbwachs (2006), para quem: “O fenômeno de recordação e localização das lembranças não pode ser efetivamente analisado se não for levado em consideração os contextos sociais que atuam como base para o trabalho de reconstrução da memória” (p. 247).

Portanto, o quadro conjuntural da contemporaneidade, favorece a reconstrução de lugares da memória em ambientes digitais, tal como a internet, no escopo de uma cultura participativa, como aconteceu com o caso examinado de José Augusto "Sergipano", cujas referências deixam, gavetas, estantes e espaços quase sempre privados, para habitar a nova lógica da "publicidade" experimentada na rede das redes.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou analisar questões importantes dentro do atual contexto social, envolvendo aspectos comunicacionais, econômicos, tecnológicos, mas principalmente, culturais, ao discutir o papel da internet na preservação da memória cultural no âmbito de uma “cultura participativa” (JENKINS, 2008), ratificando assim, o significativo papel dos fãs, que por sua vez, se apropriam de plataformas (*sites, blogs*) e redes sociais (Youtube, Facebook) e as utilizam como ferramentas comunicacionais, tornando possível, através de interações (compartilhamentos, comentários, curtidas, etc.), por exemplo, a preservação da memória cultural.

Como estudo de caso, foi escolhido o cantor José Augusto “Sergipano”, por se tratar de um objeto que se emoldura perfeitamente dentro desse contexto: um expoente da música sergipana e representante da cultura brasileira, com reconhecida trajetória artística nacional e internacional, que, em função de uma morte prematura foi perdendo espaço no *mainstream*, deixando de ser um ídolo para se tornar um “ilustre desconhecido”, como titula um texto postado no *blog* “Fome de Tudo”, que, de certa forma, inspirou este estudo.

A seleção do cantor como objeto de pesquisa considerou ainda a história de vida deste autor, como pesquisador interessado em comunicação e cultura, músico atuante na cena sergipana, que convive com o legado de José Augusto “Sergipano” tanto no âmbito familiar quanto no contexto social em que está mais amplamente inserido.

Como a carreira do cantor teve seu auge nas décadas de 1960 e 1970, antes, portanto do advento da *web* (1990), a presença do cantor na internet poderia ser insipiente, entretanto, as primeiras pesquisas realizadas indicaram forte presença na rede.

A partir de então, evidenciou-se a necessidade de investigar o papel da internet na preservação de sua memória cultural, tanto para verificar como a contribuição de artistas de outras épocas históricas, como também, para que os representantes de gerações passadas possam manter e adensar seus vínculos, solidificando assim, a sua herança cultural.

Retomando uma das perguntas da pesquisa: como a indústria da música vem tratando a distribuição de produtos culturais digitais? As análises mostraram que, desde que o conceito de Indústria Cultural foi formulado por Adorno e Horkheimer (1982) muitas mudanças ocorreram na esfera da produção e do consumo musical, relativizando o papel das indústrias culturais, reestruturando a relação da Música com a Indústria, uma vez que mudaram as bases pelas quais

são concebidos e distribuídos produtos culturais (música gravada por exemplo) que passam a se submeter a uma nova lógica quando vinculados à internet.

Discutir essa lógica ajuda a responder à outra das perguntas da pesquisa: As mudanças na indústria da música tornaram indispensável a presença nas redes para a preservação da memória de trajetórias artísticas? Embora não exista uma resposta absoluta, as tendências apontam para a necessidade dessa presença virtual.

Senão, vejamos: a observação histórica que compreende o período da carreira de José Augusto “Sergipano”, permitiu verificar que a sua trajetória artística contextualizava-se num cenário econômico-político-cultural e social do Brasil, destacando um tipo de relação entre os artistas e os meios de comunicação da época (o rádio, a mídia impressa, principalmente as revistas, e a televisão), com a indústria fonográfica, as gravadoras, os processos de produção, divulgação e distribuição desses produtos culturais, principalmente na região Sudeste (São Paulo e Rio de Janeiro), o que implicava num tipo de “migração” dos artistas para que pudessem ter acesso aos meios de produção. Esse foi o caso de José Augusto “Sergipano”, que participou de programas de auditório no Sudeste e gravou com a *Chantecler*, fato que dificilmente teria ocorrido se o artista se mantivesse em seu estado natal.

Com o advento das TIC, passam a ser acessíveis recursos e ferramentas que vem sendo apropriados pelos internautas, gerando, através da internet tanto um espaço de divulgação e alavancamento de carreiras quanto de preservação de histórias consolidadas.

O “poder comunicativo” da internet e a capacidade de possibilitar o arquivamento e a disponibilização de conteúdo, permitiu que o acervo do cantor: fotografias, músicas (LPs, *singles*), matérias em revistas e jornais, se tornassem acessíveis à comunidade.

Além disso, o fato de que, em virtude do desgaste com o tempo, em sua maioria, esses materiais de registro encontram-se em péssimas condições, com algumas exceções, ou nas mãos de colecionadores e familiares, tornava o acesso ainda mais restrito.

O processo de digitalização modificou substancialmente a relação com o patrimônio cultural, no caso em análise, os espaços na *web* geraram a aglutinação de interessados e formaram redes de intercâmbio de informação.

Assim, quando perguntamos: A internet pode ser utilizada como plataforma de preservação da memória cultural? Embora não haja resposta precisa, as tendências observadas indicam que sim.

Senão, vejamos: durante o período de realização desta pesquisa a internet funcionou como ativadora da memória cultural de José Augusto “Sergipano”, quer em função do *site* e da *fanpage* criados especialmente para esta análise, quer em função dos espaços já existentes.

No primeiro caso, a divulgação se iniciou por meio dos contatos deste autor, agregando grupos ligados ao PPGCOM, a UFS, ao estado de Sergipe e se ramificando pelos elos mais fracos da comunidade (RECUERO, 2009).

Com relação aos *sites*, *blogs* e canais do YouTube já existentes, a integração com os conteúdos disponibilizados mais recentemente gerou uma outra dinâmica de preservação, através da estruturação de um ambiente em que os interessados podem encontrar materiais e informações relativos ao cantor.

A internet oferece um outro tipo de visibilidade, afinal são pessoas comuns que buscam e trocam informações, disponibilizam, compartilham, recriam, produzem, articulam e interagem de várias maneiras, em função dos fluxos globais de comunicação que faz com que os consumidores deixem de ser passivos – ainda que nunca tenham sido, de fato – para estarem inseridos em processos mais participativos.

Nesse cenário de profundas transformações, sobretudo com a influência cada vez maior da tecnologia nos meios de produção e de comunicação não basta disponibilizar o conteúdo para que a memória de alguma personalidade seja preservada, nem é objetivo desta dissertação investigar as razões que podem ou não contribuir para este tipo de preservação, mas ficou evidente que o que mantém, na internet, a memória cultural na internet é o adensamento de uma cultura cada vez mais participativa.

É bem verdade que, no caso em tela, o fato dos direitos autorais estarem pretensamente em domínio público, uma vez que, com a extinção do selo *Chantecler*, não foi possível identificar claramente com quem está a propriedade autoral das suas obras e, se de fato, os herdeiros passaram a ter esse direito, com o falecimento do artista, o compartilhamento ficou muito mais simples do que se a obra estivesse sob direitos mais restritos de *copyright*.

Outra questão importante está relacionada ao acervo do cantor, ou seja, as gravações originais. Se ainda existem, qual o seu estado de conservação? Será possível recuperá-las?

Isso nos leva também ao outro questionamento: O processo de digitalização dessas obras por parte das gravadoras só é possível de ser realizado para fins comerciais? Já que se trata de um patrimônio cultural, assim como tantas outras obras de grandes artistas da época, é possível que esta rede formada em torno da obra do cantor possa auxiliar na obtenção de financiamento

público ou privado, ou através do crowdfunding, para que seja ampliado o conjunto de obras disponíveis?

Tais preocupações esboçam futuros projetos de pesquisa e, ainda, ações práticas, que podem ser desenvolvidas envolvendo a comunidade de fãs, pesquisadores e os diferentes tipos de parceiros que trabalham com memória, cultura e tecnologia.

Finalmente, esta discussão aponta para a necessidade de pensar a preservação da memória cultural em conexão com as TIC, com a expansão do acesso à internet, com a cultura participativa e as práticas da internet, trazendo uma resposta positiva para a pergunta: As redes sociais, através de suas *fanpages*, podem contribuir para a preservação da memória cultural no âmbito de uma cultura participativa?

Por fim, esperamos que o trabalho tenha ampliado as discussões acerca da dinâmica de preservação da memória cultural realizada através da cultura participativa dos fãs na internet através do caso e do objeto estudado.

## REFERÊNCIAS

ADAMI, Antonio. “O rádio com sotaque paulista”. In: MELO, José. Marques de e ADAMI, Antonio. **São Paulo na idade mídia**. São Paulo: Arte e Ciência, 2004.

ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. “O Iluminismo como mistificação das massas: A Indústria Cultural”. In: LIMA, L. C. (org.). **Teorias da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

ALVAREZ, MARIANO GABRIEL. **A Estereofonia Digital**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2007.

AMARAL, Adriana. “Categorização dos gêneros musicais na Internet - Para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.FM”. In: FREIRE FILHO, João e HERSCHMANN, Michael. (Org.). **Novos rumos da cultura da mídia. Indústrias, produtos e audiências**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel e MONTARDO, Sandra. (orgs). **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. Disponível em <<http://compartilhandoebook.blogspot.com.br/2012/10/blogscom-estudos-sobre-blogs-e.html>>. Acesso em: janeiro de 2017.

AMORIM, Edgar. História da TV brasileira. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.centrocultural.sp.gov.br/cadernos/lightbox/lightbox/pdfs/Historia%20da%20TV%20brasileira.pdf>>. Acesso em: maio de 2016.

ANDRADE, Tesla e DODEBEI, Vera. “Escrita Digital, Memória e Impressões no Século XXI”. In: **Anais do Coninter3**. Salvador, BA: n.3, v. 16, 2014. Disponível em: <<http://aninter.com.br/Anais%20CONINTER%203/GT%2016/02.%20ANDRADE%20DODEBEI.pdf>>. Acesso em: julho de 2016.

ARAGÃO, Rafa. **FOME DE TUDO. Futebol, Política, Cultura e outros papos**. 15 de julho de 2012. Disponível em: <<http://fome-de-tudo.blogspot.com.br/2012/07/jose-augusto-sergipano-um-ilustre.html>>. Acesso em: abril de 2016.

ASSMANN, Aleida. **Cultural memory studies: an international and interdisciplinary handbook**. Berlim: Verlag. 2008.

\_\_\_\_\_, Aleida. **Cultural Memory and Western Civilization - Functions, Media, Archives**. Cambridge: Cambridge UP, 2011.

\_\_\_\_\_, Aleida. “Espaços da recordação: formas e transformações da memória cultural”, 2011b. Disponível em: <[https://issuu.com/editoraunicamp/docs/20pp\\_espa\\_os\\_da\\_recorda\\_o](https://issuu.com/editoraunicamp/docs/20pp_espa_os_da_recorda_o)>. Acesso em: julho de 2016.

ASSMANN, Jan. **Religion and Cultural Memory**. Cambridge: Harvard UP, 2005.

\_\_\_\_\_, Jan. **Religión y memoria cultural**. Buenos Aires: Lilmod, 2008b.

ASSMANN, Jan e CZAPLICKA, John: “Collective Memory and Cultural Identity”. In: **New German Critique**, n.65, 1995. Disponível em: <[http://kultura-pamieci.pl/wp-content/pliki/literatura08/assman\\_collective\\_memory.pdf](http://kultura-pamieci.pl/wp-content/pliki/literatura08/assman_collective_memory.pdf)> Acesso em: julho de 2016.

AZEVEDO, Lia Calabre de. **No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil- 1923-1960**. Tese de Doutorado. 2002. Disponível em: <<http://rubi.casaruibarbosa.gov.br/bitstream/123456789/643/1/Calabre,%20L.%20-%20O%20r%C3%A1dio%20no%20Brasil.pdf>>. Acesso em: janeiro de 2017.

AZEVEDO, Lia Calabre de. “A Era do Rádio-Memória e História”. In: **Anais do XXII Simpósio Nacional de História, João Pessoa**, 2003. Disponível em: <<http://anais.anpuh.org/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.379.pdf>>. Acesso em: abril de 2016.

BANDEIRA, Messias. “A economia da música online: propriedade e compartilhamento da informação na sociedade contemporânea”. In: **Anais do Enlepicc**, 2007. Disponível em: <<http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/MessiasBandeira.pdf>> Acesso em: abril de 2016.

BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. In: BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política**, São Paulo: Brasiliense, 1994.

BONVENTTI, Rodolfo. **Era Uma Vez: O sucesso no rádio levou Enzo de Almeida Passos para a TV Excelsior**. 2013. Disponível em: <<http://cartaodevisita.r7.com/conteudo/3244/era-uma-vez-o-sucesso-no-radio-levou-enzo-de-almeida-passos-para-a-tv-excelsior>>. Acesso em: abril de 2016.

BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade: lembranças de velhos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1979.

CAMPANELLA, Bruno. “A TV no Brasil: seis décadas e muitas histórias”. In: **Revista matrizes**, Ano 4 – nº 2 jan. /jun. 2011. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/download/56/82>>. Acesso em: junho de 2016.

CANAVILHAS, João. “A Internet como Memória”. In: **BOCC**, 2004. Disponível em: <[https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/710/1/canavilhas-joao-internet-como-memoria\\_2004.pdf](https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/710/1/canavilhas-joao-internet-como-memoria_2004.pdf)>. Acesso em: julho de 2016.

CANCLINI, Néstor G. “Ante la sociedad del conocimiento. Últimos desafíos de las políticas culturales”. In: **Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad**. Madri: Fundación Telefónica, n. 61, 2004.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

CÔRTEZ, Almir. “Como se toca o baião: combinações de elementos musicais”. In: **Per Musi – Revista Acadêmica de Música**. Belo Horizonte, n.29, 2014, p.195-208. Disponível em: <<http://unicamp.sibi.usp.br/handle/SBURI/27387>>. Acesso em: julho de 2016.



COSTA, Rafael. A “dança” dos gêneros audiovisuais na convergência de mídias: um estudo de migrações e transmutação na web 2.0. *In: III Encontro Nacional sobre Hipertexto*, Belo Horizonte- MG – 29 a 31 de outubro de 2009. Disponível em: <<http://www.ufpe.br/nehthe/hipertexto2009/anais/a/a-danca-dos-generos.pdf>> Acesso em: janeiro de 2017.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. “Estudos Culturais”. *In: Cartografias*. 2006. Disponível em: [http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/estudos\\_culturais\\_ana.pdf](http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/estudos_culturais_ana.pdf)>. Acesso em julho de 2016.

FARIAS, Michele Wadja da Silva e SOUZA, Antônio Clarindo Barbosa de. “Programa Casé: Rádio, inovação e cotidiano”. *In: Intercom Nordeste*, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1572-1.pdf>>. Acesso em: junho de 2016.

FERREIRA, João. **Indústria Fonográfica e as novas plataformas sonoras: um estudo exploratório sobre o mercado brasileiro de música**. 2013. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/5013/1/21054517.pdf>>. Acesso em: abril de 2016.

FRANÇA, Lilian Cristina Monteiro. “Cultura Blogger - Novas Formas de Comunicação e Práticas Textuais nos Ciberdiários Brasileiros”. *In: Revista da Fapese*, v.4, n. 1, jan./jun. 2008. Disponível em: < [http://www.fapese.org.br/revista\\_fapese/v4n1/artigo5.pdf](http://www.fapese.org.br/revista_fapese/v4n1/artigo5.pdf)>. Acesso em: janeiro de 2017.

GETINO, Octavio. **La cultura como capital**. *on line*. 2010. Disponível em: <<http://octaviogetinocine.blogspot.com.br/2010/06/la-cultura-como-capital.html>>. Acesso em: maio de 2016.

GIRA BRASIL, 2016. Disponível em: <<https://www.girabrazil.com.br/single-post/2016/12/30/As-antigas-gravadoras-no-Brasil>> Acesso em: julho de 2017.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva: memória individual e memória coletiva**. Tradução de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

HENRIQUES, Rosali Maria Nunes. **Memória, museologia e virtualidade: um estudo sobre o Museu da Pessoa**, 2004. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Museologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (ULHT). Disponível em: <<https://pesquisafacomufjf.files.wordpress.com/2013/06/memc3b3ria-museologia-e-virtualidade-um-estudo-sobre-o-museu-da-pessoa.pdf>>. Acesso em janeiro de 2017.

HERSCHMANN, Micael. **Indústria da música em transição**. São Paulo: Ed. Estação das letras e cores, 2010.

HERSCHMANN, Micael e ALBORNOZ, Luís A “Transformações recentes da indústria da música”. 2009. *In: V ENECULT*, 2009. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19056.pdf>>. Acesso em: janeiro de 2017.

JENKINS, Henry. **Textual poachers: television fans and participatory culture**. New York; London: Routledge, 1992.

\_\_\_\_\_. **Confronting the challenges of participatory culture: media Education for the 21st Century (part one)**. 20 de outubro de 2006a. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/2006/10/confronting\\_the\\_challenges\\_of.html](http://henryjenkins.org/2006/10/confronting_the_challenges_of.html)> Acesso em: janeiro de 2017.

\_\_\_\_\_. **Fans, bloggers, and gamers: media consumers in a digital age**. New York: New York University Press, 2006b.

\_\_\_\_\_. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KOZINETS, R. V. **On netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture**. Evanston, Illinois, 1997.

\_\_\_\_\_. **Netnografia: a arma secreta dos profissionais de marketing - como o conhecimento das mídias sociais gera inovação**. Março de 2010. Disponível em: <[http://bravdesign.com.br/wp-content/uploads/2012/07/netnografia\\_portugues.pdf](http://bravdesign.com.br/wp-content/uploads/2012/07/netnografia_portugues.pdf)>. Acesso em: abril de 2017.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas – SP: Editora da Unicamp, 2003.

LÉVY, Pierre. **O Que é Virtual?** Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.

LOTMAN, Iuri. “Sobre o problema da tipologia da cultura”. In: SCHNAIDERMAN, Boris. **Semiótica Russa**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

MACHADO, Irene. **Escola de semiótica: a experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

MENDES, Amélia; SANTOS, Charlene; SANTIAGO, Pietro. Preservação do acervo histórico da oficina Guaianases de gravura. In: **Anais 33º ENEBD**. João Pessoa - PB: UFPB, 2010. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/biblio/article/view/9624>> Acesso em: janeiro de 2017.

MENEGUEL, Ynonete Pedra e OLIVEIRA, Oseas de. “Entrevista de Rodolfo Jurchacks”. In: **O Rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava**. 2013. Disponível em: <[http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes\\_pde/2007\\_u\\_nicentro\\_hist\\_artigo\\_yvonete\\_pedra\\_meneguel.pdf](http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes_pde/2007_u_nicentro_hist_artigo_yvonete_pedra_meneguel.pdf)>. Acesso em: junho de 2016.

MICROSOFT. **MyLifeBits**. 2001. Disponível em: <<https://www.microsoft.com/en-us/research/project/mylifebits/>>. Acesso em: julho de 2016.

MONTEIRO, S. D.; CARELLI, A. E.; PICKLER, M. E. V. A ciência da informação, memória e esquecimento. DataGramaZero- Revista de Ciência da Informação. v. 9, n. 6, dez de 2008. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/brapci/v/a/5249>>. Acesso em: janeiro de 2017.

N2010R. **Apresentação do Canal N2010R no YouTube**. 2009. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/N2010R/about>>. Acesso em: fevereiro de 2017.

NAKANO, Davi. “A Produção Independente e a Desverticalização da Cadeia Produtiva da Música”. In: **Gestão e Produção**, São Carlos, vol. 17, n. 3, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v17n3/15.pdf>>. Acesso em: maio de 2016.

NORA, Pierre. “Entre história e memória: a problemática dos lugares”. In: **Revista Projeto História**, São Paulo, v.10, 1993.

OLIVEIRA, Adriana Mattos de. **A Jovem Guarda e a Indústria Cultural. Análise da relação entre o movimento Jovem Guarda, a indústria cultural e a recepção de seu público**. Tese de Doutorado.) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2011.

OPEN SOURCE CMS. Demos & Information: **Marketing Share CMS statistics**. Fevereiro de 2017. Disponível em: <<https://www.opensourcecms.com/general/cms-marketshare.php>>. Acesso em: fevereiro de 2017

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. Summus Editorial, 1985.

PALMA, Ricardo. **O que significa cada uma das métricas principais do Google Analytics**. 2013. Disponível em: <<http://resultadosdigitais.com.br/blog/o-que-significa-cada-uma-das-metricas-principais-do-google-analytics/>>. Acesso em: maio de 2017.

PALMEIRO, César. **A Indústria do Disco**. Economia das Pequenas e Médias Gravadoras da Indústria Fonográfica da Cidade de Buenos Aires: Observatório de Indústrias Culturais, 2005. Disponível em: <<http://www.abmi.com.br/website/arquivos/legislacao/argentina.pdf>>. Acesso em: maio de 2016.

POLLAK, Michael. “Memória e Identidade Social”. In: **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992. Disponível em: <[http://www.pgedf.ufpr.br/downloads/Artigos%20PS%20Mest%202014/Andre%20Capraro/memoria\\_e\\_identidade\\_social.pdf](http://www.pgedf.ufpr.br/downloads/Artigos%20PS%20Mest%202014/Andre%20Capraro/memoria_e_identidade_social.pdf)> Acesso em: dezembro de 2016.

QUEIROZ, Luis Ricardo Silva. “Educação musical e cultura: singularidade e pluralidade cultural no ensino e aprendizagem da música”. In: **Revista da ABEM**, Porto Alegre, V. 10, 2004. Disponível em: <<http://www.abemeducacaomusical.com.br/revistas/revistaabem/index.php/revistaabem/articloe/view/367/296>>. Acesso em: julho de 2016.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REISEWITZ, Lúcia. **Direito ambiental e patrimônio cultural: direito à preservação**. São Paulo: Imprensa, 2004.

SALAZAR, Leonardo. **Música Ltda.: O negócio da música para empreendedores**. Recife. Sebrae, 2ª edição, Revista e Ampliada. 2015.

SERRANO, Paulo. **Cognição e interacionalidade através do YouTube**. In: **BOOC**, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serrano-paulo-cognicao-interacionalidade-youtube.pdf>>. Acesso em: janeiro de 2017.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. “A música na época de sua reprodutibilidade digital”. In: PERPETUO, Irineu Franco & SILVEIRA, Sergio Amadeu (orgs.). **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

SOCIAL BAKERS. **Statistics**. 2016. Disponível em: <<https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/>>. Acesso em: janeiro de 2017.

SOCIAL BAKERS. **Estatísticas de visitação da página Cifras**. Fevereiro de 2017. Disponível em: <<https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/detail/166351633405208-cifras>>. Acesso em: fevereiro de 2017.

SOM DO RÁDIO. **Baú 1970-1998**. Disponível em: <<http://www.somdoradio.com/p/bau-1970-1998.html>>. Acesso em: abril de 2016.

TINHORÃO, José Ramos. **Música Popular: Um Tema em Debate**. 3. ed. São Paulo: Ed. 34, 1997.

UNESCO. “Sociedade de conhecimento versus economia de conhecimento: conhecimento, poder e política”. In: **Brasília: UNESCO Brasil/Sesi**, 2005. 212 p. ISBN: 85-7652-047-8. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001417/141702POR.pdf>>. Acesso em: julho de 2016.

VELHO, Ana Paula Machado. “A semiótica da cultura: apontamentos para uma metodologia de análise da comunicação”. In: **Revista de Estudos de Comunicação, Curitiba**, v. 10, n. 23, p. 249-257, 2009.

VICENTE, Eduardo. “Organização, crescimento e crise: a indústria fonográfica brasileira nas décadas de 60 e 70”. In: **Revista Eptic**, v. 8, n. 3, 2006. Disponível em: <<https://usp-br.academia.edu/EduardoVicente>>. Acesso em: junho de 2016

VICENTE, Eduardo. “Chantecler: uma nova gravadora popular paulista”. In: **Revista USP**, n. 87, 2010. Disponível em: <<https://usp-br.academia.edu/EduardoVicente>>. Acesso em: abril de 2016.

VICENTE, Eduardo. “Indústria da música ou indústria do disco? A questão dos suportes e de sua desmaterialização no meio musical”. In: **Rumores**, v. 6, n. 12, 2012. Disponível em: <[http://www3.usp.br/rumores/pdf/rumores12\\_11.pdf](http://www3.usp.br/rumores/pdf/rumores12_11.pdf)>. Acesso em: 08 de junho de 2016.

VIEIRA, Sulamita. **O sertão em movimento: a dinâmica da produção cultural**. São Paulo: Annablume, 2000.

VIVEIRO, Felipe Tadeu Neto; NAKANO, Davi Noboru. Cadeia de produção da indústria fonográfica e as gravadoras independentes. **Encontro Nacional de Engenharia da Produção**, v. 28, 2008. Disponível em: <[http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2008\\_TN\\_WIC\\_075\\_533\\_11376.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2008_TN_WIC_075_533_11376.pdf)>. Acesso em: maio de 2016.

VON SIMSON, Olga. **Memória, cultura e poder na sociedade do esquecimento, coletânea de arquivos, fonte e novas tecnologias: questões para a História da Educação**, 2000.

Disponível em: <<http://www.lite.fe.unicamp.br/revista/vonsimson.pdf>>. Acesso em: maio de 2016.

WORCMAN, Karen. **Museu e Virtualidade: a experiência do Museu da Pessoa**. Palestra proferida em 15 de maio de 2002, durante o Encontro Museus e Globalização, realizado em Porto Alegre. Porto Alegre, 2002.

YOUTUBE. **YouTube Company Statistics**. Fevereiro de 2017. Disponível em: <<http://www.statisticbrain.com/youtube-statistics/>>. Acesso em: fevereiro de 2017.

## APÊNDICE I - Questionário *on-line*

### Preservação da Memória Cultural na internet

Favor marcar com um X somente na resposta que melhor se apresente para você.

1. Sexo:

(        ) Masculino.                      (        ) Feminino.

2. Faixa de idade:

(        ) Até 25 anos.              (        ) De 25 a 35 anos.      (        ) De 35 a 45 anos.  
(        ) De 45 a 60 anos.      (        ) Acima de 60 anos.

3. Nacionalidade:

(        ) Brasileiro.                      (        ) Estrangeiro.

4. Naturalidade

(        ) Norte.                      (        ) Nordeste                      (        ) Sul.  
(        ) Sudeste                      (        ) Centro-oeste                      (        ) Outro.

Qual o Estado? \_\_\_\_\_

5. Você conhece ou já ouviu algo sobre o cantor José Augusto “Sergipano”?

(        ) Sim.                              (        ) Não.

6. Se sim. Em qual(is) mídia(s) você teve acesso a algo sobre o José Augusto “Sergipano”?

(        ) Rádio.              (        ) TV                      (        ) Mídia impressa (jornais, revistas).  
(        ) Internet.                              (        ) Nenhuma dessas mídias ou nunca tive  
acesso a nada sobre ele.

7. Caso tenha sido na internet. Em qual desses canais?

- (        ) *Site*.                      (        ) *Blog*.                      (        ) *Youtube*.  
(        ) *Facebook*.                      (        ) *Outro*.                      (        ) *Nenhum*.

Para a opção “Outro” (especifique) \_\_\_\_\_

8. Na sua opinião. Qual o principal canal de informação nos dias atuais?

- (        ) Rádio.                      (        ) TV                      (        ) Internet.  
(        ) Mídia impressa (jornais, livros, revistas)                      (        ) Nenhum dessas.

9. No caso da internet. Que temas você costuma pesquisar?

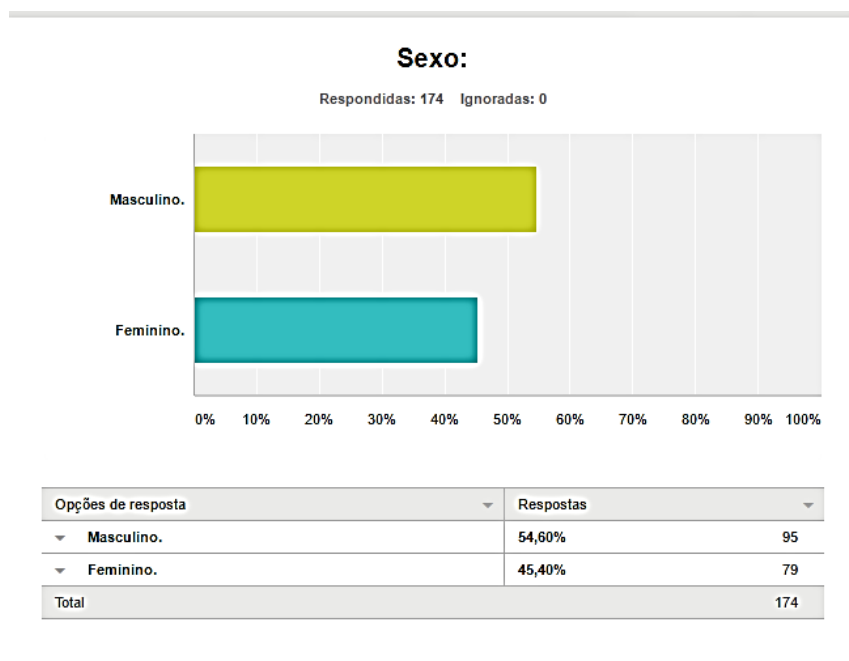
- (        ) Entretenimento.                      (        ) Cultura.                      (        ) Esporte.  
(        ) Educação.                      (        ) Música.                      (        ) Outros.

10. Você acredita que a presença consistente (de forma organizada) de um artista na internet pode preservar a sua memória, especialmente de artistas como o cantor José Augusto “Sergipano” que viveram numa geração anterior à essa tecnologia, fazendo com que não se torne um “esquecido” ou apenas “um ilustre desconhecido”?

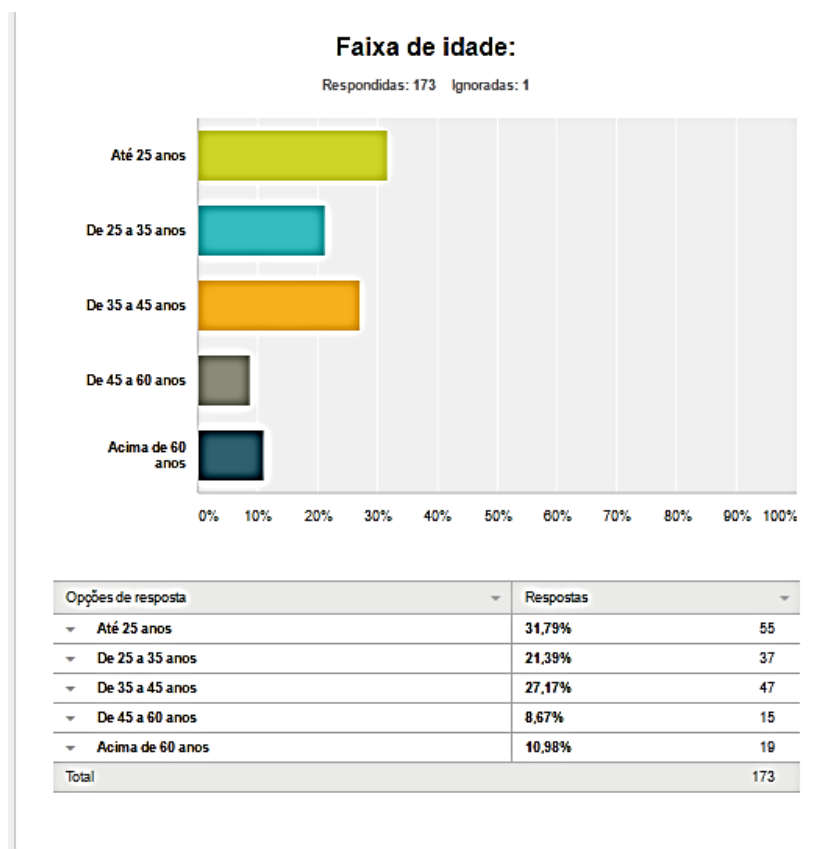
- (        ) Sim.                      (        ) Não.

## APÊNDICE II– Gráficos dos resultados do questionário aplicado

### 1. Sexo:

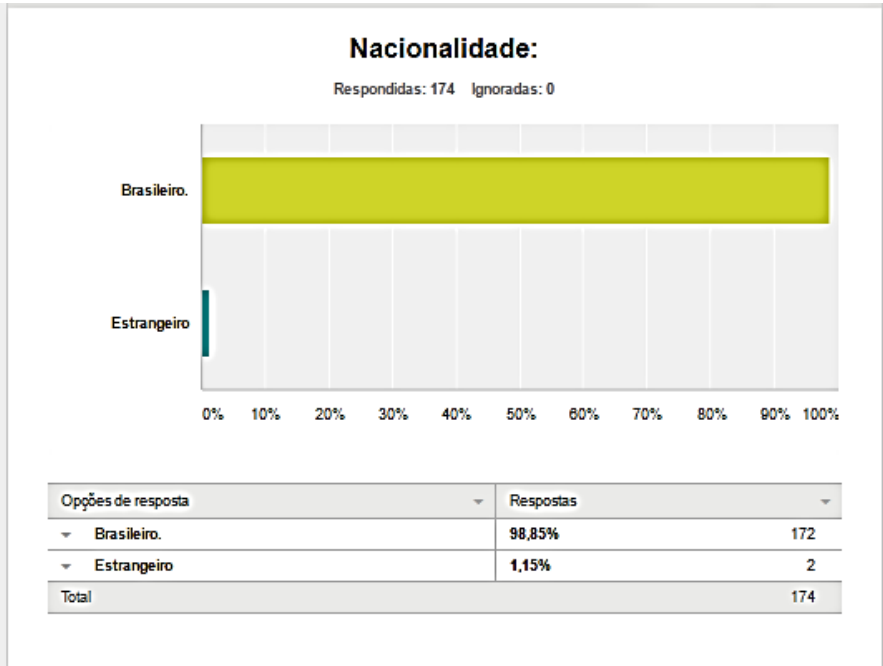


### 2. Faixa de idade:

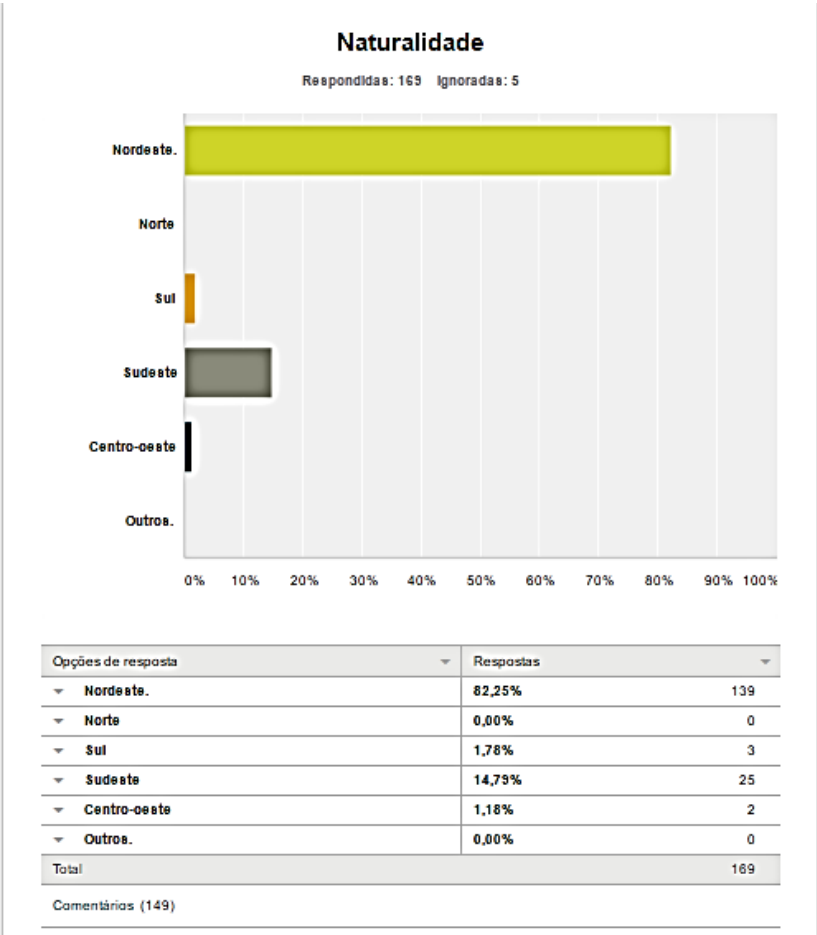




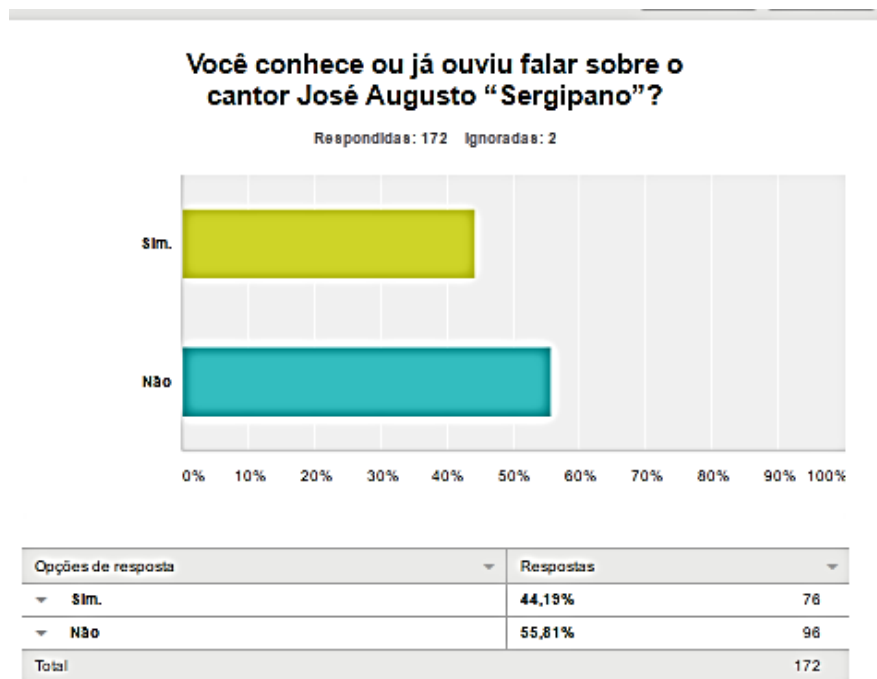
3. Nacionalidade:



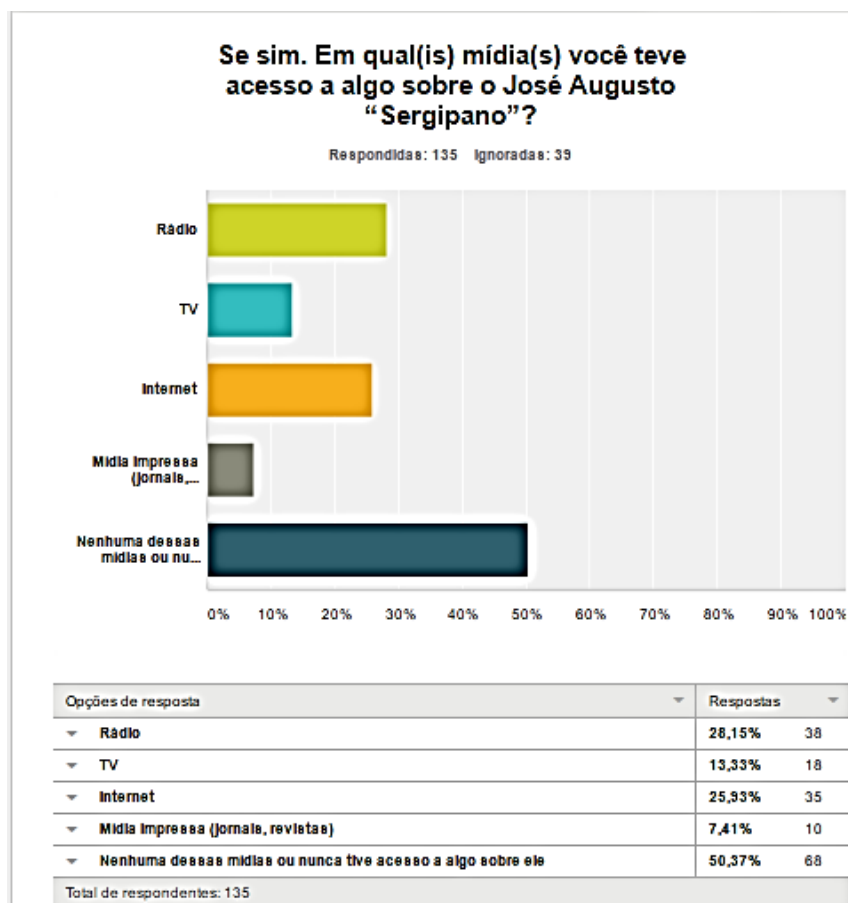
4. Naturalidade



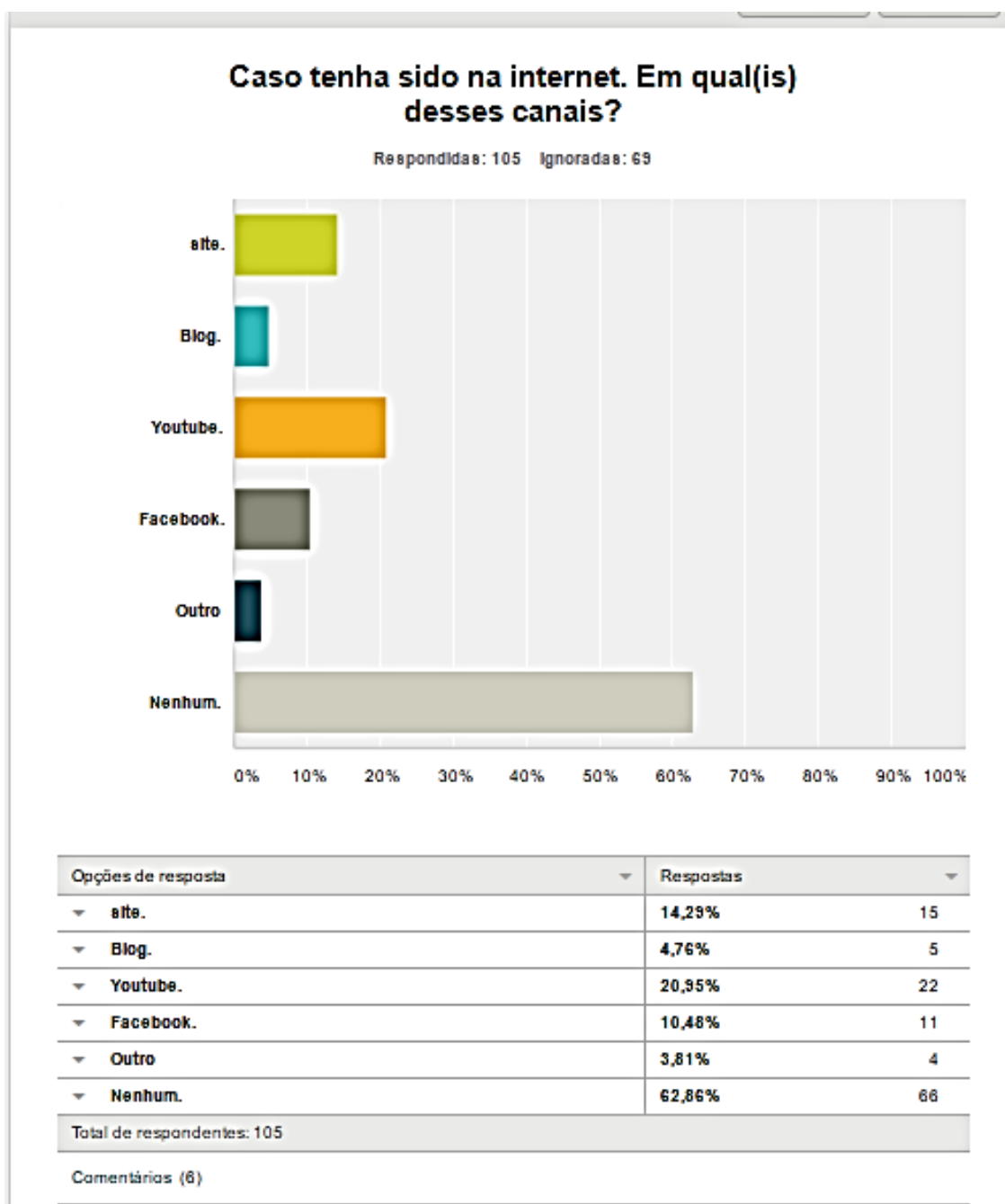
5. Você conhece ou já ouviu algo sobre o cantor José Augusto “Sergipano”?



6. Se sim. Em qual(is) mídia(s) você teve acesso a algo sobre o José Augusto “Sergipano”?



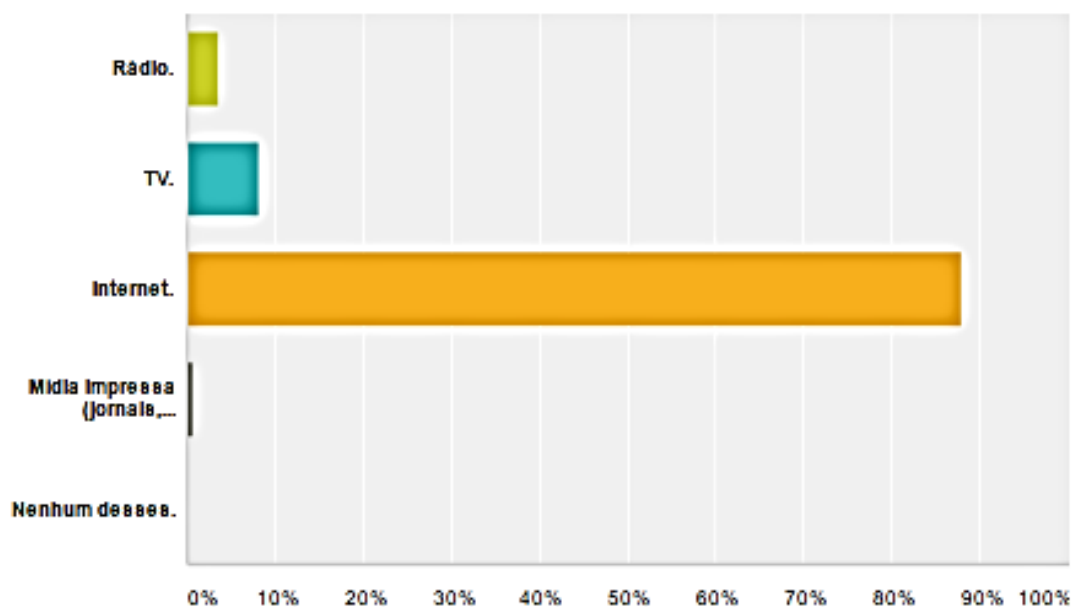
7. Caso tenha sido na internet. Em qual desses canais?



8. Na sua opinião. Qual o principal canal de informação nos dias atuais?

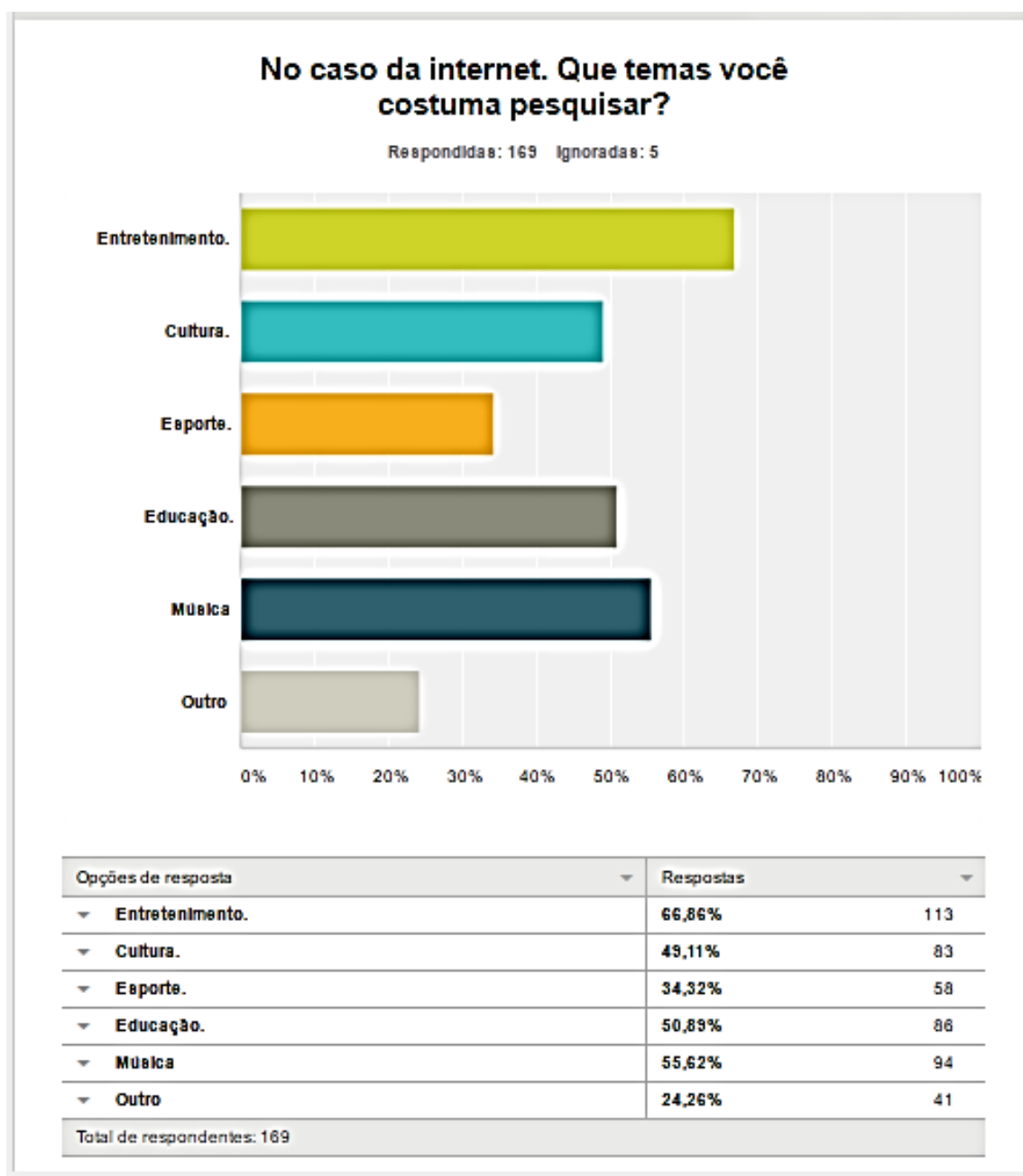
### Na sua opinião. Qual o principal canal de informação nos dias atuais?

Respondidas: 173 Ignoradas: 1



Opções de resposta	Respostas
▼ Rádio.	3,47% 6
▼ TV.	8,09% 14
▼ Internet.	87,86% 152
▼ Mídia impressa (jornais, livros, revistas).	0,58% 1
▼ Nenhum desses.	0,00% 0
Total	173

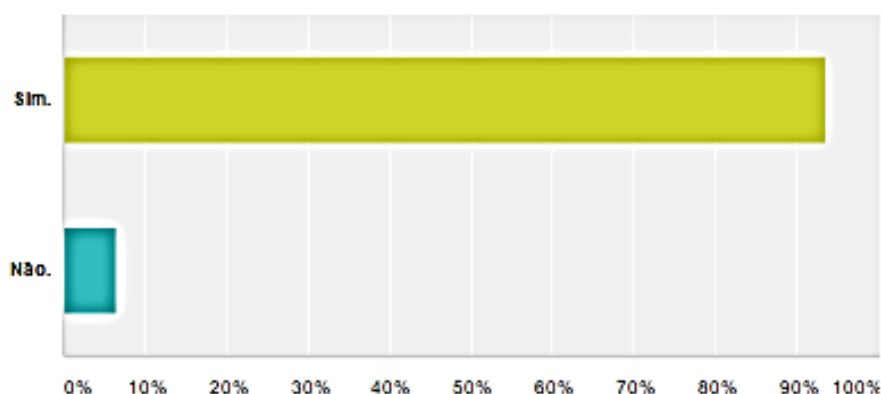
9. No caso da internet. Que temas você costuma pesquisar?



10. Você acredita que a presença consistente (de forma organizada) de um artista na internet pode preservar a sua memória, especialmente de artistas como o cantor José Augusto “Sergipano” que viveram numa geração anterior à essa tecnologia, fazendo com que não se torne um “esquecido” ou apenas “um ilustre desconhecido”?

**Você acredita que a presença consistente (de forma organizada) de um artista na internet pode preservar a sua memória, especialmente de artistas como o cantor José Augusto “Sergipano” que viveram numa geração anterior à essa tecnologia, fazendo com que não se torne um “esquecido” ou apenas “um ilustre desconhecido”**

Respondidas: 172 Ignoradas: 2



Opções de resposta	Respostas	
Sim.	93,60%	161
Não.	6,40%	11
Total		172